



Postgrado Especialización en Entornos Virtuales de Aprendizaje

Proyecto Final

“Cátedra Planificación, Seguimiento y Evaluación de Proyectos.”

Analía Vecchi Pomphile

23/02/2011

El presente trabajo intenta en términos generales, resolver mediante El Diplomado de Management Estratégico con incumbencia de un Módulo Completo abocado a las Ciencias de la Información. A dictarse anualmente totalmente virtual (E-learning) de manera de resolver la problemática desde la que surge este Proyecto Final. La Bibliotecología” no es considerada o vista como una Empresa que puede generar negocios a través de los recursos que desarrolla. Para ello hay que pensar como gerentes e incursionar en todo lo que hace al Management Estratégico y la Conducción Gerencial. Proponemos aprender una nueva manera de operar y hacer negocios, transmitiendo los conocimientos a través de herramientas prácticas para la toma de decisiones empresariales Bibliotecológicas. A ello apuntamos.

TABLA DE CONTENIDO

1.1. Resumen	
1.2. Unidad 1: Pedagogía a tecnología. Principios de totalidad para Planificar Proyectos Educativos. Actividad.....	9
1.3. Unidad 2: Conocer y comprender nuestro contexto educativo. Salir a escena en el futuro. Precisar hacia dónde vamos.....	10-21
1.4. Unidad 3: Situar en el horizonte de los resultados. La coherencia Desde lo Pedagógico. La coherencia del proyecto	
1.5. Unidad 4: Principio de totalidad para diseñar un proyecto y para Evaluarlo. Seguimiento Pedagógico. Guía general de redacción del. Proyecto.....	43-53
Cronograma Módulo Ciencias de la Información.....	27
Programa: Postgrado Management Estratégico.....	28
1.6. Anexo I: Difusión “Diplomado en Management Estratégico con Incumbencia de un Módulo Completo abocado a las Ciencias de la.. Información.....	54
1.7. Anexo II Difusión.....	60
1.8. Anexo III Costos.....	64

1.1.

Trabajo de Recopilación Situacional Clasificación y Aplicaciones EaD en Argentina y algunos países De América Latina y el Caribe

El presente trabajo solo se aboca a la situación en Argentina

Las universidades encaran los nuevos desafíos en el contexto de una profunda transformación de su función tradicional. A partir del relevamiento inicial realizado se detecta que:

26 de las 37 Universidades Nacionales Argentinas poseen ofertas académicas virtuales con diferentes niveles de avance, en lo que se refiere a la incorporación y uso de las nuevas tecnologías de la comunicación e información.

Se realizó una encuesta a 26 universidades, se obtuvo la respuesta de 18 casas de estudio (72 %). En el caso de las universidades privadas se detectaron 11 universidades que poseen algún tipo de oferta académica virtual, respondiendo 6 de ellas.

Evolución de las propuestas de educación Superior virtual en la Argentina

Siguiendo el trabajo de Martín Becerra 5 “ “Apuntes sobre educación superior y virtualidad en la Argentina” (1) se puede decir que el panorama de la Educación Superior Virtual en la Argentina presenta un aspecto de **mosaico heterogéneo** en las propuestas, en los alcances, en la calidad y la cantidad de los programas de educación virtual.

Esto se encuentra estrechamente vinculado con los factores que le dieron origen y que se ubican en las primeras etapas de desarrollo de las experiencias o programas. La mayoría de los proyectos, los programas o acciones iniciales de Educación Virtual **se desarrollaron entre los años 1999-2002** con el auge de la incorporación de las nuevas tecnologías a las diferentes organizaciones.

En un alto porcentaje estos programas surgen en el marco de las **acciones de los Centros o Programas de Educación a Distancia** existentes en dichas instituciones.

En cuanto a los docentes, en general es el mismo equipo que coordinaba los cursos o carreras

Bajo el sistema no presencial, con la incorporación de nuevos profesionales (especialistas en el uso de las TICS), el que actualmente lleva a delante las propuestas de enseñanza virtual.

Un 35 % de las experiencias de educación virtual se iniciaron para dar **respuestas a demandas de formación** a alumnos que por dispersión geográfica, disponibilidad horaria, característica, social o cultural, no podían acceder a la educación superior.

En este sentido, el complejo contexto social en el cual se enmarcan estos programas determinan la atención a las características democratizadoras de toda propuesta de educación a distancia que posee como objetivo una mayor equidad en la distribución del conocimiento.

En este marco, la hipótesis subyacente es que el uso de las TICS podría facilitar la llegada y el intercambio entre estos actores muchas veces rezagados por la modalidad presencial. El motivo sería tanto las posibilidades comunicativas que favorece, como así también la agilidad en la distribución de materiales de enseñanza.

En su mayoría las experiencias de Educación virtual se han gestado a partir de:

- **Experiencias de pequeña escala** en el marco de proyectos, asignaturas o carreras cortas que brindan la posibilidad de evaluar parcialmente los resultados.

Al mismo tiempo que se constituyen en incentivo para su difusión y Las universidades que implementaron esta modalidad, iniciaron los programas de educación virtual con proyectos de corto alcance. En este grupo se ubicarían las unidades académicas o universidades que han iniciado su recorrido en la educación virtual a partir de la puesta en marcha de cursos de posgrado, determinadas carreras de grado o asignaturas, cursos de capacitación o extensión.

A partir de la consolidación de la experiencia innovadora se comienza a planificar la institucionalización de la propuesta.

En este grupo se incluirían las ofertas académicas de las facultades de Agronomía, Ingeniería y Derecho de la Universidad de Buenos Aires; de la Universidad Austral, de El Salvador, Nacional de Tres de Febrero, Nacional de San Martín, Nacional de Lanús y Nacional de Cuyo, entre otras.

En algunos centros académicos se aborda la oferta virtual con el soporte de asignaturas (materiales de lectura, programas, etc.) y el apoyo administrativo (calificaciones, seguimiento de los alumnos, etc.) Ejemplo de ello es la Universidad Argentina de la Empresa y la Universidad de San Andrés, ambas privadas.

También otra modalidad aparece con el surgimiento de **Proyectos de Educación Virtual a partir de programas de educación a distancia (con larga trayectoria y experiencia), que incorporan las nuevas tecnologías de la información y comunicación.**

A partir de las experiencias de largo alcance de educación a distancia estas universidades comienzan a reformular la propuesta con la incorporación de las TICS como material mediador para la enseñanza.

Cabe destacar que muchas de ellas, surgen a partir de un proceso de investigación interno y el asesoramiento y contacto con universidades del exterior que poseían mayor experiencia en la modalidad.

Se incluyen en este grupo las universidades de: Córdoba (Fac. de Cs. Económicas), Buenos Aires (Fac. de Cs. Económicas), del Centro (Fac. de Humanidades), San Luis, San Juan, Catamarca, Mar del Plata, Litoral, Entre Ríos, Universidad Tecnológica Nacional, de la Patagonia San Juan Bosco, de Belgrano, Inst. Universitario Aeronáutico Blas Pascal, Católica de Salta, entre otras. Esta modalidad hace punto de apoyo en la experiencia existente pudiendo optar por cualquier de las otras dos modalidades ya descritas.

Características de las experiencias de educación superior virtual

En cuanto a las características de las experiencias en cuestión a partir de los datos relevados se podrían agrupar las ofertas académicas teniendo en cuenta el grado de incorporación de las TICS

- **Sistema bi-modal de enseñanza (Presencial- Virtual)**

En este grupo se enmarcarían las propuestas académicas de grado que en su totalidad (contenidos, materiales, gestión administrativa) se encuentran en formato virtual como oferta en paralelo a la modalidad presencial. En nuestro país, en este grupo se incluirían la Universidad Virtual de Quilmes, UNNE Virtual, y La Rioja Virtual, que se encuentran en diferentes niveles de desarrollo.

- **Virtualización total de carreras de grado, programas de posgrado o Tecnicaturas. Incluimos también la Virtualización completa de cursos proyectos De capacitación y /extensión.**

Un segundo gran grupo (casi un 80%)

Aquí podemos distinguir las unidades académicas o universidades que virtualizan carreras de grado, posgrado o tecnicatura.

Facultades de ingeniería y derecho de la UBA, Universidad de entre Ríos, Universidad de la Patagonia S.J.Bosco, Universidad del Litoral, Universidad de Mar del Plata, Univ. de San Juan, Univ. del Centro, Blas Pascal, Instituto Universitario Aeronáutico, Universidad de Flores, Universidad de San Martín.

Dentro de este segundo grupo se distingue un gran número de universidades que ofrecen cursos de capacitación y extensión. En este grupo se incluirían las ofertas académicas de las facultades de Agronomía, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad del Nordeste, El IAE de la Universidad Austral, de El Salvador, San Luis, UBAnet.

- **Virtualización de contenidos de asignaturas o cursos y su administración.**

En este grupo se aborda la oferta virtual con el soporte de algunas asignaturas (materiales de lectura, programas, etc.) y el apoyo administrativo (calificaciones, seguimiento de los alumnos, etc.)

En este grupo estarían por ejemplo la Universidad Argentina de la Empresa y la Universidad de San Andrés, la Universidad de San Luis, la Universidad de Lomas de Zamora.

Existe un conjunto de casas de estudio (Facultad de Ciencias económicas de la UBA, la Universidad del Nordeste, Mar del Plata) que han virtualizado curso de nivelación y /o cursos de ingreso.

Impacto

Se expresa los distintos niveles de avance y cobertura.

Por los datos recabados, han alcanzado un mayor número de alumnado principalmente:

La Universidad Virtual de Quilmes: 3000

La Facultad de Cs. Económicas (Córdoba) 2000

La universidad de Tres de Febrero 900

Total país: 10.000

Cabe destacar que sólo en el caso de la Universidad de Quilmes y Tres de Febrero participan los alumnos únicamente de entornos virtuales sin soporte presencial. En el resto de los casos, responde a unidades con alto alcance por la cantidad de alumnado y a la trayectoria en la educación a distancia pero que todavía combinan entornos de aprendizaje presencial con los virtuales.

La oferta académica.

En cuanto a la oferta, a partir de los datos recabados las ofertas se centralizan

Mayoritariamente en:

Los cursos de capacitación (67)

En los cuales se incluye las instancias tanto de capacitación profesional como por ejemplo las de capacitación docente en áreas específicas.

UBAnet www.ubanet.com.ar

Es una empresa conformada entre la Universidad de Buenos Aires (la universidad argentina de mayor envergadura) y Trainet del grupo Telecom Italia. Si el Programa Universidad Virtual de

Quilmes concentra su actividad en el aprendizaje virtual asincrónico con propuestas curriculares de grado y Posgrado universitario, UBAnet en cambio está dirigido al mercado de la formación y capacitación profesional.

La existencia misma de UBAnet plantea una innovación en el subsistema de educación superior al ser la UBA la universidad más grande del país, que con esta empresa decidió por un lado gerenciar las actividades de capacitación como sociedad anónima, y por otro, asociarse a una de las corporaciones de telecomunicaciones más importantes de Europa (Telecom Italia). La prestación de los servicios de UBAnet es arancelada.

Con UBAnet, la UBA y Trainet proponen ofrecer espacios para la formación profesional mas allá de las carreras de grado, establecer relaciones con el mundo del trabajo y mantener vinculación con el sector productivo en el contexto de la transformación tecnológica y económica ilustrada con el esbozo del proyecto de la Sociedad de la Información.

UBAnet fue lanzada en el año 2000 y contó con una fuerte inversión económica por parte de Telecom Italia.

En un segundo lugar se encuentran las ofertas en el nivel de grado:

Carreras de grado (6),

Licenciaturas (22) y

Cursos de nivelación (3).

En un tercer lugar se ubican el nivel de Post grado ofertando:

Maestrías (7),

Cursos (18) y seminarios (3).

Entornos virtuales de aprendizaje

Educación

Economía
Medio Ambiente
Ciencias sociales (Abordaje Gral.)
Administración
Informática
Investigación

En general las universidades han realizado:

- **Procesos de relevamiento e investigación** para tomar decisiones en cuanto a la plataforma a utilizar en sus programas y la adecuación a la propuesta.

- **Análisis de las herramientas más importantes, su interface, costos** y posibilidades de integración con los sistemas ya implementados en las instituciones.

En la mayoría de los casos los equipos responsables se han contactado con expertos en el área tanto del ámbito nacional como internacional considerando los resultados de las experiencias de otras casas de estudio.

Las plataformas que prioritariamente se utilizan en los programas de educación virtual en las universidades son de **desarrollo propio**, en algunos casos participan en su creación egresados de la casa de estudios de carreras vinculadas.

50% Universidades Nacionales encuestadas están trabajando con plataformas De desarrollo propio.

10% plataformas comerciales

40% plataformas de otra institución.

Más allá de las diferencias puntuales, la mayoría de las plataformas cuentan Con herramientas similares:

- Presentación del curso,
- Herramientas de comunicación
- Herramientas que almacenas información
- Recursos para el seguimiento personalizado de los alumnos
- Herramientas administrativas: recursos administrativos (suba y altas De alumnos, asistencia, calificaciones, devoluciones, etc.

Las plataformas comerciales utilizadas por algunas universidades son: WebCT, Learnig Space, IATE DEDNET, Trainet

La educación superior virtual y las relaciones interinstitucionales

De las universidades consultadas, 23 establecieron algún tipo de vínculo con otra institución universitaria o con una entidad empresaria con el objeto de:

- asesorarse, realizando convenios para el apoyo técnico y/o administrativo

De las plataformas, con instituciones educativas para establecer sedes presenciales o de distribución de materiales, otros.

Cabe destacar la experiencia que se está implementando por las universidades que integran la **Red Centro-Oeste de Universidades Nacionales** de:

Río Cuarto, Villa María, Cuyo, San Juan, San Luis, La Rioja y Córdoba. Esta Red está llevando adelante desde el 2001 el Curso Interuniversitario de Educación A Distancia a través de la plataforma SIAT de la Universidad de Río Cuarto

El sistema Universitario Argentino tiene un órgano autónomo de Acreditación y Evaluación de carreras de grado y posgrado (**CONEAU**). Dicha institución apunta a consolidar acciones tendientes a la mejora de la calidad del Sistema Universitario.

La **CONEAU** (Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria) tiene a cargo la evaluación institucional de todas las universidades argentinas, la acreditación de carreras de grado y posgrado, así como la formulación de recomendaciones sobre proyectos institucionales.

La CONEAU no evalúa carreras de grado y de posgrado que se dicten en modalidad no presencial.

Para las carreras de grado la validez Nacional del título depende de la aprobación de la misma por parte del Ministerio de Educación, a través de la dirección Nacional de gestión Universitaria y para ello se gestó la resolución **Ministerial N° 1716/98** que contempla los requerimientos para la presentación de los planes de estudios de las carreras que elijan como modalidad de enseñanza la educación no presencial.

La evaluación en la educación virtual

La evaluación es una instancia central en el proceso de enseñanza y de aprendizaje en contexto virtual. Considerando las evaluaciones finales se desarrolla una tendencia marcada a realizarla

Tendencias y problemas del desarrollo de la educación superior Virtual en la Argentina

La inclusión de las nuevas tecnologías en las instituciones de Educación Superior y su inserción en programas globales de enseñanza suponen un desafío importante para el actual contexto argentino. A pesar del marcado interés que expresan muchos de los consultados en emprender proyectos vinculados con la virtualidad, también señalan las dificultades y obstáculos con los cuales se encuentran habitualmente como así también las posibles estrategias de resolución:

Bibliografía

- 1.- Becerra, M. "Apuntes sobre educación superior y virtualidad en la Argentina", en: La Educación Superior en Entornos Virtuales, Universidad Virtual de Quilmes. 2002.

1.2

Alumna: Analía Vecchi Pomphile
Actividad_Unidad 2_ Proyectos



Como graduada de la Universidad de Belgrano de Argentina, he decidido tomar la Institución como fuente inspiradora y receptora de la planificación que realizaré para la actividad de la Unidad 2, de la cátedra Planificación, seguimiento y evaluación de proyectos.

PROBLEMA

En términos generales “La Bibliotecología” no es considerada o vista como una Empresa que puede generar negocios a través de los recursos que desarrolla. Para ello hay que pensar como gerentes e incursionar en todo lo que hace al Management Estratégico y de la Conducción Gerencial. Proponemos aprender una nueva manera de operar y hacer negocios transmitiendo los conocimientos a través de herramientas prácticas para la toma de decisiones empresariales Bibliotecológicas. A ello apuntamos.

Justificación del Problema

- Fue elegido éste problema para resolverlo mediante un entorno virtual de aprendizaje por las siguientes razones:
- Incrementar el nivel de formación profesional continua de los bibliotecarios.
- “Hacer verdaderos gerentes de la información”
- Un 35 % de las experiencias de educación virtual en Argentina se iniciaron para dar **respuestas a demandas de formación** a alumnos que por dispersión geográfica, disponibilidad horaria, característica, social o cultural, no podían acceder a la educación superior.
- En este sentido, el complejo contexto social en el cual se enmarcan estos programas determinan la atención a las características democratizadoras de toda propuesta de educación a distancia que posee como objetivo una mayor equidad en la distribución del conocimiento.

- En este marco, la hipótesis subyacente es que el uso de las TICS podría facilitar la llegada y el intercambio entre estos actores muchas veces rezagados por la modalidad presencial. El motivo sería tanto las posibilidades comunicativas que favorece, como así también la agilidad en la distribución de materiales de enseñanza.

Docentes

Los docentes serán los del Diplomado Internacional en Management Estratégico: Titular Lic. Fernando Cerutti y Lic. Mariano Morressi. Asimismo, cada módulo estará a cargo de un docente especializado en la temática a dictar. Para el módulo específicamente bibliotecológico tendremos invitados nacionales e internacionales, de distintas Escuelas de Bibliotecologías y Escuelas de Negocios.

Perfil del alumno

- Profesionales de carreras no económicas que enfrentan decisiones estratégicas. (Directores de Bibliotecas Universitarias, Especializadas, Centros de documentación, Bibliotecas de empresas, emprendedores y Asesores, Graduados de la Carrera de Lic. a distancia de la Universidad de Mar del Plata, en Bibliotecología y Documentación)
- Empresarios que buscan proyectar globalmente sus organizaciones.
- Gerentes aspirantes a puestos de alcance internacional.
- Este Diplomado está pensado para aquellos ejecutivos y emprendedores de toda Latinoamérica que ven coartadas sus posibilidades de capacitarse y desarrollarse, debido a las restricciones impuestas por sus exigencias laborales y la distancia con los centros educativos de excelencia.
-

CONTEXTO



Universidad de Belgrano – Buenos Aires
Argentina

Información Institucional Historia y actualidad -

La Universidad de Belgrano fue creada por el Dr. Avelino Porto en el año 1964 en conformidad con la ley 14,557 sancionada en el año 1958, que reglamento el funcionamiento de las universidades privadas en la República Argentina.

Esa ley establecía:

Que las universidades privadas debían constituirse como entidades sin fines de lucro, y
Que antes de alcanzar la autorización definitiva para funcionar, debía transcurrir un ciclo de estudios completo para las carreras cursadas en el establecimiento además de acreditarse una calidad académica satisfactoria

Actualmente las Universidades privadas se rigen por la Ley 24.521, dictada el 20 de julio de 1995, que mantiene las obligaciones mencionadas y además expresamente establece:

La autonomía académica e institucional

Instancias de autoevaluación y evaluación externa, estas últimas a realizarse por la comisión Nacional de evaluación y acreditación Universitaria (CONEAU) o por agencias privadas de cultura y Educación.

Su primera sede se encontraba en Sucre y Cramer, en lo que en ese momento se conocía como el “Pueblo de Belgrano”. Inicio sus actividades con 90 estudiantes, 28 profesores y un empleado.

Las consultas efectuadas por el Ministerio de Cultura y Educación a las Academias Nacionales de las respectivas disciplinas que se dictaban en la Universidad y a los expertos más destacados en cada una de ellas determinaron que el 26 de Enero de 1970 el Presidente de Nación concediera a la Universidad de Belgrano la autorización definitiva para funcionar.

Su estructura inicial fue organizada en cuatro facultades: Derecho y Ciencias Sociales Humanidades, Ciencias Económicas y Arquitectura.

Actualmente, la Universidad de Belgrano cuenta con las facultades de Arquitectura y Urbanismo, Derecho y Ciencias Sociales, Ciencias Económicas, Humanidades, ingeniería,

tecnología informática, Ciencias Agrarias, Lenguas y Estudios Extranjeros, Ciencias de la Salud , y cuatro unidades académicas de postgrado: Facultad de Estudios para graduados, Escuela de Educación Continua.

Principios Fundacionales

Cinco principios rigen a vida de la institución desde sus inicios:

1. Autonomía : Total independencia si bien están sujetos a la aprobación del Ministerio de Cultura y Educación – son el fruto de la reflexión , de la experiencia nacional e internacional y de la interacción en la sociedad
2. Pluralismo: académico, político y religioso, La Universidad solo exige consideración en el tratamiento de todos los temas;
3. Ecumenismo: la comunidad universitaria alberga a todas las convicciones religiosas y rechaza de plano toda discriminación en este aspecto;
4. Republicanismo: La Universidad apoya el sistema de vida que se sienta pura y exclusivamente en la Constitución Nacional y en las ideas que la fundamentan ;
5. Interdependencia social: apunta a generar lazos que integren a la institución con el sector productivo en particular y con la sociedad en general.

Nuestro objetivo es trabajar como *partner* estratégico de las organizaciones, para atender de manera integral sus necesidades de capacitación y actualización permanente de sus profesionales, desarrollando también Cursos *In Company*.

Estos programas se ofrecen en las distintas sedes de la Universidad de Belgrano así como en instalaciones de las empresas.

La Universidad de Belgrano brinda su experiencia y los conocimientos de un equipo de expertos en las áreas de: Administración, Calidad, Comercio Internacional, Comunicación, Contabilidad, Arquitectura y Desarrollo Sustentable, Nutrición y Salud, Diseño, Finanzas, Ingeniería, Derecho, Marketing, Recursos Humanos, Tecnología, Comercialización, entre otras.

Programa de Innovación y Transferencia

Zabala 1837 piso 12 of. 1

Teléfono: (54 11) 4788-5400. Internos: 2175, 2178 y 2180

pit@ub.edu.ar

1989-2010

“21 años de trayectoria en educación universitaria a distancia”

La Universidad de Belgrano, por medio de su Facultad de Estudios a Distancia y Educación Virtual (FEDEV) propone una alternativa moderna que atiende a las diferentes realidades personales, locales y regionales, dirigida particularmente a aquellos que, por cuestiones laborales, familiares o geográficas, ven limitadas sus posibilidades de estudio.

Modalidad de Estudio



Modalidad Distancia Tradicional

Envío por correo de materiales educativos.
Tutorías.



Modalidad Virtual

Material educativo y soporte on line.
Encuentros virtuales interactivos.
Tutorías. En más de 90 localidades.



Cursos e-learning

Material educativo y soporte on line.
Íntegramente por Internet.

Existen dos modalidades de Estudio:

- **Virtual:** material educativo y soporte on line, encuentros virtuales y tutorías. En más de 90 unidades de gestión en todo el país.
- **Tradicional:** Envío de materiales educativos y tutorías para estudiar desde cualquier punto del país o del extranjero.

El estudiante, sin importar su edad ni ubicación geográfica, puede adquirir conocimientos a través de distintos medios que van desde materiales educativos impresos hasta la utilización de tecnologías de vanguardia, en función de las necesidades de cada caso.

Prospectiva o Diseño de Escenarios

“Al año 2012 la cátedra pretende, 100 alumnos, graduados autosuficientes y doctos en los conocimientos impartidos a fin de realizar un reenfoque de arco en sus instituciones, áreas o secciones. Logrando resultados que califiquen a la entidad y logren un destacado posicionamiento en sus funciones gerenciales, presenten planes de negocios y no sólo presupuestos. Posicionar extensiones de líneas y variedad de surtidos, e incorporar probables nuevos usuarios. Buscar nuevos usos y aplicaciones para los productos y servicios actuales. Extender los criterios de segmentación y explorar nuevos nichos de mercado.

Ampliar posibilidades de distribución. Acordar alianzas estratégicas y actividades de co-marketing. Profundizar planes de fidelización de clientes.”

Propuesta pedagógica

Entender la Dinámica de Sistemas como forma de pensamiento estratégico.
Aprender mediante el análisis de Casos, el Debate grupal y el Role-playing.

Aprendizaje Multimedia desde una perspectiva cognitiva

- Formas de representación múltiples (Paivio). Las formas de representación múltiples hacen referencia a la combinación de textos imágenes realistas, diagramas o gráficos
- múltiples modalidades sensoriales
- no lineales
- Interactividad: La multimedia permiten la interactividad. De esta manera, el aprendiz no se limita únicamente a seleccionar la información, sino que también manipula e investiga el tema a través de un aprendizaje, exploratorio, activo y auto-dirigido.
- Animación
- Prerrequisitos cognitivos: El aprendizaje multimedia sólo puede ser un éxito si el aprendiz posee los prerrequisitos necesarios en términos de conocimientos previos y de habilidades cognitivas a la hora de realizar un conocimiento integrativo y si están preparados también para compartir dichas habilidades. Los aprendices necesitan que podamos denominar competencias multimedias. Estas estrategias incluyen la

selección de la forma adecuada de representación, las modalidades sensoriales y el procesamiento integrativo de ésta información.-

Elementos Tecnológicos del entorno: La mayoría de las plataformas cuentan con herramientas similares:

- Presentación del curso,
- Herramientas de comunicación
- Herramientas que almacenas información
- Recursos para el seguimiento personalizado de los alumnos
- Herramientas administrativas: recursos administrativos

- Se trabajará desde la animación con el aprendizaje de software
- Se trabajará con herramientas de inducción como introducción al Diplomado (Ej. de México UNAM
- http://www.cuaed.unam.mx/suayed_piel_08/
- Utilizaremos como plataforma del Diplomado totalmente en línea (elearning), el Software libre Moodle <http://virtualeduca-moodle.e-ducativa.com/> y potenciaremos el uso de las TIC y las PIC a fin que los colegas puedan implementarlos en sus Unidades de Información
- http://www.youtube.com/watch?v=fwlkTXoKh_s&feature=player_embedded

Objetivo gral.

Que el participante pueda desarrollar sólidas bases metodológicas para el armado de Estrategias en distintos tipos de Negocios, **impartir una capacitación conjuntamente con el Curso de Management Estratégico, en este caso aplicado a la Bibliotecología, como aporte a la solución planteada en el problema.**

Objetivos específicos

Líneas de trabajo y objetivos estratégicos a seguir:

- **Área de actuación:** modelo de biblioteca universitaria
 - *Línea estratégica 1:* impulsar la construcción de un nuevo modelo de biblioteca universitaria, concebida como parte activa y esencial de una mejora que consiste en compartir recursos para el aprendizaje y la investigación
- **Área de actuación:** tecnologías de la información
 - *Línea estratégica 2:* potenciar el desarrollo de las TIC y las PIC en las bibliotecas y apoyar su implementación y mantenimiento
- **Áreas de actuación:** recursos electrónicos de información
 - *Línea estratégica 3:* ofrecer un conjunto de información electrónica multidisciplinar.

- **Área de actuación:** formación de personal
 - *Línea estratégica 4:* incrementar el nivel de formación profesional continua de los bibliotecarios
- **Área de actuación:** organización y administración
 - *Línea estratégica 5:* definir un modelo de organización y funcionamiento tomando el modelo de REBIUN, ajustándolo a la realidad de las Bibliotecas UB y de las Unidades de Información donde se desempeñan los alumnos del Diplomado.

Prácticas de Aprendizaje

Clase	Funcionalidad	Ejemplo Online
(Exposición)	Textos, gráficos, fotos Audio, video, botones de navegación Opciones de imprimir	Una E-clase consiste en textos cortos, concisos, de una página, (en lo posible)
		Con audio y video
		Capítulos de libros o arts. online copiados y pegados no son e-clases
Lecturas	textos, archivos, en pdf, word	Como lectura para los ejercicios o tareas
Demostración	Animación, gráficos, fotos	Los estudiantes ven una presentación pregrabada por el docente dentro del entorno e-learning
Investigación	Enlaces, archivos descargables, motores de búsquedas, lugares de trabajo grupal, documentos compartidos, foros de discusión, blogs,	Grupos de estudiantes deben crear un weblog, Sobre un tema de investigación colectivo. El blog presentará tanto los resultados como el proceso de elaboración
Exploración	Enlaces y archivos	Los estudiantes deben

	descargables (Word, pdf), motores de búsqueda, lugares de trabajo grupal, wikis, blog	crear un wiki sobre un concepto complejo, mediante la investigación, la indagación, la discusión
Preguntas y respuestas	Foro de discusión, correo, chat	El docente inaugura un nuevo tema, y se espera su participación
Brainstorming	Lugares de trabajo grupal, skype	Después de ingresar al lugar de trabajo grupal correspondiente, los estudiantes utilizarán el skype para realizar una lluvia de ideas
Portafolio	Lugar de trabajo grupal	<u>Se les pide a los alumnos que acumulen</u>
		Sus trabajos de sus ejercicios, individuales y grupales en un e-portafolio
Trabajo Final	Todas las funcionalidades	Un pequeño grupo de estudiantes trabajará en un lugar grupal, sobre la tarea final del curso.-

El Material de Estudio

El material que utilizaremos es en parte el producido por los docentes del Diplomado Internacional de Management Estratégico y el producido por los docentes del módulo de Ciencias de la Información, locales y viajeros. Asimismo, se tomarán materiales del Diplomado y se los adaptará a temas de Bibliotecología. Se trabajará con tesis de graduados donde se abordan los temas de Management y Conducción aplicados a las Cs. de la Información. Se trabajará con estudio de casos prácticos.

Tutoría

Los tutores serán los mismos que se desempeñan en las distintas modalidades de cursada del Diplomado y se incorporarán los tutores para el módulo de Cs. de la Información. Tutora: Analía Vecchi Pomphile (Tutor OEA)

En la medida que la matrícula del Diplomado en modalidad totalmente virtual (E-learning) aumente en número de inscriptos, se tomarán las medidas pertinentes de incorporar o no nuevos tutores interiorizados en las disciplinas que se dictan en el citado Diplomado.

Utilizaremos los Foros anidados de Moodle, Foros de presentación, de investigación, foros colaborativos para trabajo en grupo, Foros de debate.

Foros de consulta y foros recreativos como break virtuales y Foros de cierre y evaluación de cada módulo o unidad.

La intervención del tutor va a ser activa, a fin que el participante reciba estímulo para la participación, a fin de vencer la vergüenza, el pudor. Un tutor es un guía pedagógico un profesor.

Es necesario provocar el “desequilibrio cognitivo”, que ponga en crisis la estructura cognitiva, permitiendo el real análisis de los nuevos contenidos propuestos.

Habrà que hacerles recordar a los estudiantes que el Foro es un espacio de aprendizaje, y no un lugar de exhibición de cuanto se sabe.

Administración del Sistema

Utilizaremos el Sistema de administración existente en la Universidad de Belgrano en la Escuela de Postgrado, que lleva años de experiencia en lo que hace a administración de las carreras a distancia.

Refrescando los conocimientos de los documentos que imparte la cátedra Proyectos de los cuales rescatamos los siguientes conceptos a tener en cuenta, pero que creemos ya están implícitos en la Escuela de Postgrado y por ende cubre a los alumnos del Diplomado. Los conceptos son los siguientes:

- Asegurar la eficacia de los procedimientos vinculados con la gestión de todos los subsistemas de un proyecto de educación a distancia.
- Resguardar la calidad y la efectividad de cada uno de los tramos del sistema, a través de diferentes estrategias de organización y administración
- Atender el manejo eficiente de los recursos humanos, económicos, materiales y financieros para el eficaz funcionamiento de todos los subsistemas
- Recordemos que cuando se pierde el control de lo administrativo, el proyecto se desmorona

Bibliografía

Prieto Castillo, Daniel. Unidad 3. Fase de Planificación Operativa. En: Planificación, Seguimiento y Evaluación de Proyecto. Virtual Educa, OEI. 2008.

Difusión

Lavalle 485, C1047AAI, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina
Tel/Fax: 4393-5588 /89 - E-mail: posgrados@ub.edu.ar
<http://executive.ub.edu.ar>

Educación Ejecutiva 2011:

Diplomado Internacional en Management Estratégico

- Super Intensivo -

9ª Edición

Introducción

Latinoamérica emerge como un adolescente pujante, ansioso y desordenado. Para que sus bríos tengan cabida en este **mundo globalizado y caótico** que ha empezado a sentir su fatiga, y que se resiste a delegar el protagonismo sostenido por muchos siglos, se requiere **nuevos paradigmas** para entender los negocios y tomar decisiones.

En nuestro continente, y en todo el mundo, el escenario competitivo está acelerando su ritmo estadios de cambio en múltiples direcciones. El pensamiento y la acción no pueden seguir en temporales diferentes.

La especialización se debilita frente a la **diversidad**.

Muchos empresarios y algunos analistas todavía poseen **modelos mentales** lineales de causa y efecto, se sienten atraídos por este tipo de pensamiento, creen que el contexto se presenta en orden y que es previsible su evolución... nada más y nada menos que en Latinoamérica.

Quienes intentan atravesar la **complejidad** de los negocios, quienes asumen el reto del **emprendimiento** como constante, quienes buscan el **liderazgo** y el **trabajo en equipo** como motor de crecimiento organizacional o quienes desafían las teorías y prácticas en uso, hacen del **Management Estratégico** el vehículo para transformarse en protagonistas de esta.

Nueva Economía mundial.

En este presente Americano intenso, complejo y cambiante, debemos **imaginar el futuro**, crearlo, percibirlo, diseñarlo, debemos pensarlo como algo no continuo e impredecible. Para captar este futuro incierto debemos crear técnicas diferentes, desarrollar **herramientas** nuevas y proponer una sistemática de análisis, totalmente dinámica, proactiva y singular.

Para esta realidad global hemos creado una **metodología sistémica** e innovadora para el análisis y la formación de la **estrategia** empresarial, **adecuada para el contexto de América**.

Un conjunto de herramientas para anticiparse a los cambios del futuro, incorporando en forma pragmática, las nociones de marco estratégico, **habilidades gerenciales**, lógica operativa, aprendizaje dinámico y modelos mentales.

Objetivo

Que el participante pueda desarrollar marcos metodológicos consistentes para el Pensamiento estratégico, el armado de Estrategias en distintos tipos de Negocios de la región y la Conducción de las organizaciones.

Que incorpore herramientas específicas para:

- Analizar los sectores industriales latinoamericanos.
- Armar y poner en marcha Estrategias Corporativas y de Negocios.
- Resolver con Creatividad los problemas organizacionales.
- Desarrollar e implementar Negocios Innovadores.
- Liderar Equipos proactivos, eficaces y comprometidos.
- Aplicar el Marketing Estratégico para la transformación del negocio.
- Entender la Dinámica de Sistemas como forma de pensamiento estratégico.
- Aprender mediante el análisis de Casos, el Debate grupal y el Role-playing.

Perfil del alumno

- Profesionales de carreras no económicas que enfrentan decisiones estratégicas. (Directores de Bibliotecas Universitarias, Especializadas, Centros de documentación, Bibliotecas de empresas, emprendedores y Asesores, Graduados de la Carrera de Lic. A distancia de la Universidad de Mar del Plata, en Bibliotecología y Documentación)
- Empresarios que buscan proyectar globalmente sus organizaciones.
- Gerentes aspirantes a puestos de alcance internacional.
- Profesionales de carreras no económicas que enfrentan decisiones estratégicas. Este Diplomado está pensado para aquellos ejecutivos y emprendedores de toda Latinoamérica que ven coartadas sus posibilidades de capacitarse y desarrollarse, debido a las restricciones impuestas por sus exigencias laborales y la distancia con los centros educativos de excelencia.
- Los alumnos extranjeros podrán aprovechar el aprendizaje de este Diplomado con los beneficios de una corta estadía en Argentina, lo que les permitirá disfrutar de una excelente oportunidad turística, conociendo algunas de las bellezas del país.

Modalidades

En vistas de los dinámicos y complejos tiempos que atraviesan los empresarios y ejecutivos actuales, este Diplomado ofrece varias alternativas de cursado:

_ **Diplomado Internacional en Management Estratégico** en dos semanas consecutivas.

_ **Diplomado Internacional en Management Estratégico** en dos semanas separadas.

_ **Programa Ejecutivo en Enfoque Estratégico** (programa corto) en una semana.

A partir del ciclo lectivo 2010 se ofreció como curso E-learning anual, donde los alumnos dispusieron de material educativo y soporte online íntegramente por internet

Metodología de aprendizaje

El Diplomado desarrolla el requerido marco teórico sobre los últimos conceptos del

Management Estratégico aplicado a los negocios de Latinoamérica, al mismo tiempo que dinámicas de equipo, discusiones de opinión y resolución de problemáticas empresariales.

En el presente programa, se trabajará con los siguientes conceptos:

- _ Modelos Dinámicos de Estrategia.
- _ Los nuevos negocios: competitivos, hipercompetitivos y cooperativos en América.
- _ Análisis de casos.
- _ Gestión del conocimiento.
- _ Teoría del caos.
- _ Creatividad aplicada a los negocios.
- _ Pensamiento sistémico.
- _ Role-playing.
- _ Negociación, trabajo en equipo y liderazgo
- _ Cambio de paradigmas.
- _ Videos.
- _ Aprendizaje Lúdico.

Lavalle 485, C1047AAI, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

Tel/Fax: 4393-5588 /89 - E-mail: **posgrados@ub.edu.ar**

<http://executive.ub.edu.ar>

Programa

Módulo 1: Estrategias de Negocios.

La empresa y el contexto Americano. Management operativo. El empresario estratégico vs. El empresario operativo. Nuevo concepto de estructura. Cadena de valor agregado. El planeamiento: su importancia y sus cambios. Diversificación. Las etapas del valor económico.

Management estratégico. Estrategia competitiva. Actividades que generan valor. Estrategias de Posicionamiento: desde la oferta y desde la demanda. Análisis del portfolio de negocios. Ciclo de vida del producto. Estrategias de entrada a los sectores competitivos.

Role playing. Caso de aplicación.

Módulo 2: Dinámica de las Organizaciones.

Modelos mentales y paradigmas. El modelo del iceberg: de los hechos a los patrones a las estructuras. La empresa como sistema dinámico. Leyes del pensamiento sistémico. Círculos de causalidad. Feedback, refuerzos y balances. El principio de palanca. Arquetipos sistémicos.

Motor de crecimiento. Frenos y aceleradores. Navegando la complejidad: las leyes del caos. Atractores, fractales y efecto mariposa. Auto-organización y equilibrios inestables. **Caso de aplicación.**

Módulo 3: Nuevos Paradigmas de la Competencia.

La competencia en y por las nuevas economías latinoamericanas. Competir prospectivamente.

Genoma Organizacional. Diversidad de competencias. De la cuota de mercado a la cuota de oportunidad. Habilidades centrales. Arquitectura estratégica. Hipercompetencia: condicionantes y comportamiento. Enfoques dinámicos de la estrategia y las ventajas competitivas.

Arenas competitivas. Gestión paradójica. Modelos de negocio y creación de valor.

Prioridades del cliente. Etapas y tipos de migración de valor. Análisis competitivo: de la visión túnel a la pantalla radar

Coopetencia: más allá de la competencia y la cooperación. Teoría de

Los juegos. Red de valores: jugadores, roles y relaciones. Complementadores. Fuerzas 10x y puntos de inflexión. Innovación estratégica. **Caso de aplicación.**

Módulo 4: Estrategia Aplicada.

Enfoques para un nuevo concepto de estrategia. Armado de la estrategia. El nuevo juego de los negocios.

Marco de implementación estratégica. Paradigmas y modelos mentales. Misión.

Marco estratégico. Formación de la Visión. Modelo de Negocios y Posicionamiento. Impulsores dinámicos.

Objetivos y trayectorias estratégicas. Competencias. Comportamiento

Organizacional. Reflexión, aprendizaje y gestión del conocimiento. **Caso de aplicación.**

Cronograma Módulo Ciencias de la Información

Introducción..... El
Propósito .Propósito del Trabajo. Planteo del Problema.
Competitividad .En qué somos competitivos. Etapas para generar competitividad
Diagnóstico de situación. Herramientas de Management. Objetivos.
Problemas ¿Qué cambiamos? ¿Qué necesitamos cambiar? Mejoras Efectuadas. Reciclaje de Puestos.
Selección de Personal División del Trabajo. Manual de Inducción. Resultados. Misión. Visión.
Organigrama. Crai. Repaso del capítulo.
Complemento. Paper de aplicación “Relaciones Laborales con sindicatos y gremios laborales. Retos y oportunidades gremiales.
Estrategia de trabajo desde el Área Manager
Incursiones de Liderazgo. Aplicación a caso “Library Management”
Constructivismo personal aplicado
Recursos y servicios de suministros de existentes información.
Diagnóstico de situación. Herramientas de Management. Algunos Avances de Gestión.
Creación del Centro de Documentación. Propuesta de manager. Evaluación de recursos factibles de incorporar.
Estrategia. Plan de acción (gles.). Plan de acción Área Procesos Técnicos. Generación De Ventajas Competitivas. Análisis de cada logro a los conocimientos y significancias de Management Estratégicos. Prueba piloto de complemento de servicios existentes. Evolución. Repaso.

Lavalle 485, C1047AAI, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina
Tel/Fax: 4393-5588

Módulo 5: Marketing Estratégico.

Concepto del marketing y marketing estratégico. Nuevos rumbos paradójicos del marketing.

Del mercado al negocio. Modelo de negocios. Necesidades de los clientes. Producto/servicio.

Segmenta de los clientes. Lealtad y satisfacción. La creación de valor ión. Zonas de oportunidades. El mercado Latinoamericano. Marketing para la lealtad

Nuevas tendencias: los apellidos del marketing. Gestión por categorías. Inteligencia de mercado y de clientes. Marketing de la marca. Marketing de experiencias. Marketing digital. **Micro-casos.**

El Programa Ejecutivo en Enfoque Estratégico tiene asignadas 10 horas tuteladas fuera del aula, previas al inicio del mismo para la lectura de los materiales y para la recopilación de datos y resolución de un Trabajo de Aplicación que cierra el Programa Ejecutivo.

Trabajo de Aplicación: implementación de un tema enseñado a la propia organización del alumno. Se deberá analizar y proyectar la Estrategia de sus empresas, aplicando las herramientas aprendidas en el Programa. Se valorará el análisis, diagnóstico y decisión de acuerdo a los conceptos y modelos utilizados.

Certificado: ***Programa Ejecutivo en Enfoque Estratégico***

Módulo 6: Liderazgo y Construcción de Equipos.

La gestión y el liderazgo. Jefes y líderes. Evolución del concepto de liderazgo. Estilos. El liderazgo y la cultura. Análisis del estilo propio de liderar. El grupo y el equipo: diferencias, evolución de los grupos hasta convertirse en equipos. Cohesión grupal. La estructura informal en la dinámica grupal. Roles funcionales y disfuncionales, su impacto en la dinámica de grupos. Normas grupales. Pensamiento grupal. **Taller presencial en el aula.**

Módulo 7: Creatividad e Innovación.

Superando nuestros paradigmas. ¿Cómo pensamos? Orígenes de la creatividad. Tipos de inteligencia. Creatividad e innovación. La creatividad en la empresa: ¿por qué innovar?

Elementos constitucionales de la creatividad. Bloqueos de la creatividad. Proceso de resolución creativa de problemas. Convergencia y divergencia. La actitud creativa. Mind mapping. Brainstorming.

Técnicas auxiliares. Analogías. Matriz de carteras y matriz de criterios. **Taller presencial en el aula.**

Módulo 8: Negociación Efectiva.

Resolución de conflictos: caminos y obstáculos. Estilos de negociación. Perfil del negociador.

Actitud negociadora. Comunicación verbal, gestual y corporal. Motivaciones. Elementos de la negociación: poder, información y tiempo. Organización y etapas de la negociación. Técnicas de negociación. Harvard Negotiation Project. Taller de negociación. *Incluye proyección Tácticas y de video.* **Casos de aplicación y taller presencial en el aula.**

Módulo 9: Negocios Globales.

Desempeño de la empresa en el escenario internacional. Globalización. Regionalismo. Ambientes internacionales. La empresa y los mercados internacionales. Impacto estratégico y problemática internacional de la empresa. Niveles de internacionalización. Estrategia y decisiones globales. Localización global de las actividades. Zonas francas. Búsqueda de oportunidades de negocios en los mercados mundiales. Sistemas de información de mercados internacionales. Barreras. Criterios para la selección de un mercado. Diseño de una estrategia integral de comercialización internacional. Pasos de una estrategia -PEMI-. Entrada y penetración de nuevos mercados. El mix internacional. Inter conectividad en los negocios globales.

Test y Casos.

Módulo 10: Management de Nuevos Negocios.

Estrategias en mercados Americanos nacientes. Estrategias de ingreso en nuevos negocios. Entrepreneurship. Idea del negocio. Equipo necesario. Dinámica de los emprendimientos. Definición del negocio. Plan de negocio. Armado del plan. Descripción del producto. Análisis de la demanda. Análisis de la oferta. Análisis del contexto. Escenarios. Management y Estrategia. Know-how y Operaciones. Producción y Logística. Análisis económico-financiero de nuevos negocios. Armado de la empresa. Management team. Propuesta a inversores. Valuación de la Empresa.

Casos testigos de planes de negocios.

El Diplomado en Management Estratégico tiene asignadas 20 horas tuteladas fuera del aula, previas al inicio del mismo para la lectura de los materiales y para la recopilación de datos, armado de las propuestas y realización de la Tesina Ejecutiva que cierra el Diplomado.

Tesina Ejecutiva:

Trabajo de implementación de los contenidos de los diversos módulos a la

Situación de: su empresa actual, un proyecto futuro o un tercero a analizar. No es un trabajo teórico, aunque sí con base teórica. La flexibilidad es amplia, para que los alumnos se inclinen hacia aquello que creen que puede darles mayores frutos, ya sea por su actividad, por su desarrollo personal, por su formación y/o por la vocación por los temas expuestos.

El objetivo es que les sirva, les interese y sean activos en su capacitación. Se evaluará la aplicación de los conceptos y metodologías. Su realización estará tutelada por los responsables del Diplomado.

Certificado Final: ***Diplomado Internacional en Management Estratégico***

Profesionales a cargo

Director Académico

CERUTTI, Fernando

Director de Lighten (Management and Marketing Consulting) Fundador y Director de Fundación

Denuo - Para la Innovación y la Excelencia en Ciencia y Tecnología. Licenciado en Administración (UBA) Posgrado en Identidad e Imagen Corporativa (UB) Director del Posgrado en Management Estratégico y del Diplomado Internacional en Management Estratégico de la Universidad de Belgrano. Director del Posgrado en Management

Módulo 10: Management de Nuevos Negocios.

Estrategias en mercados Americanos nacientes. Estrategias de ingreso en nuevos negocios. Entrepreneurship. Idea del negocio. Equipo necesario. Dinámica de los emprendimientos. Definición del negocio. Plan de negocio. Armado del plan. Descripción del producto. Análisis de la demanda. Análisis de la oferta. Análisis del contexto. Escenarios. Management y Estrategia. Know-how y Operaciones. Producción y Logística. Análisis económico-financiero de nuevos negocios. Armado de la empresa. Management team. Propuesta a inversores. Valuación de la empresa.

Casos testigos de planes de negocios.

El Diplomado en Management Estratégico tiene asignadas 20 horas tuteladas fuera del aula, previas al inicio del mismo para la lectura de los materiales y para la recopilación de datos, armado de las propuestas y realización de la Tesina Ejecutiva que cierra el Diplomado.

Tesina Ejecutiva:

Trabajo de implementación de los contenidos de los diversos módulos a la

Situación de: su empresa actual, un proyecto futuro o un tercero a analizar. No es un trabajo teórico, aunque sí con base teórica. La flexibilidad es amplia, para que los alumnos se inclinen hacia aquello que creen que puede darles mayores frutos, ya sea por su actividad, por su desarrollo personal, por su formación y/o por la vocación por los temas expuestos.

El objetivo es que les sirva, les interese y sean activos en su capacitación. Se evaluará la aplicación de los

Conceptos y metodologías. Su realización estará tutelada por los responsables del Diplomado.

Certificado Final: ***Diplomado Internacional en Management Estratégico***

Profesionales a cargo

Director Académico

CERUTTI, Fernando

Director de Lighten (Management and Marketing Consulting) Fundador y Director de Fundación

Denuo - Para la Innovación y la Excelencia en Ciencia y Tecnología. Licenciado en Administración (UBA) Posgrado en Identidad e Imagen Corporativa (UB) Director del Posgrado en Management Estratégico y del Diplomado Internacional en Management Estratégico de la Universidad de Belgrano. Director del Posgrado en Management Estratégico que se dicta en la Fundación Magíster de Tucumán y Salta. Profesor de *Estrategias Empresarias I*, en el MBA Full

Time de la Universidad de Belgrano.

Director Ejecutivo y Miembro Fundador de S.L.A.D.E ARGENTINA. Miembro de la Sociedad Latinoamericana de Estrategia (S.L.A.D.E) Ex-Coordinator y consultor en la etapa de focalización de Ideas de Negocios del programa de micro-emprendimientos de LEATID – BID

(Banco Interamericano de Desarrollo)

Fue creador y Director del Posgrado en *Estrategia de Negocios* de la Universidad de Belgrano. Profesor de *Planeamiento a Largo Plazo* en la Universidad de Buenos Aires. Profesor de *Administración General* en la Universidad de Belgrano. Profesor Titular de *Política de Negocios*

Y Competitividad en la Universidad de Palermo. Profesor de *Management de Nuevos Negocios* y de *Administración* en la Universidad de Palermo. Profesor de *Fundamentos del Management* y de *Creatividad* en el MBA de la Universidad de Palermo.

Consultor y capacitador en las siguientes empresas: AGEA-Clarín, Worest (Entertainment y Casinos), Unilever - Molinos Río de la Plata, MONY Group (EE.UU.), Corpomédica, Portantino, Contacto Profesional punto com, AdePFCh (Asociación de Productores Forestales del Chaco),

Lavalle 485, C1047AAI, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

Tel/Fax: 4393-5588 /89 - E-mail: **posgrados@ub.edu.ar**

<http://executive.ub.edu.ar>

Tolder, Estudio Percovich de Uruguay, AMIA, Distripaper, Jomsalva, ElectroGremio, Ariel Job Center, MTA, entre otras grandes, medianas y pequeñas empresas del país y del exterior.

Consultor y capacitador en: Estrategias Competitivas, Management Estratégico, Marketing Estratégico, Gestión del conocimiento, Técnicas de Atención al Cliente, Cambio Organizacional,

Elaboración de Planes de Corto, Mediano y Largo Plazo e Investigaciones de Mercado, Investigación e Inteligencia de Mercados, Business Plan, Desarrollo de Canales de Distribución,

Desarrollo e Implementación de Sistemas de Franchising.

Ha dado charlas y seminarios en Argentina, Bolivia, Uruguay, Paraguay, Ecuador, México y Estados Unidos, en los siguientes temas: Paradigmas y modelos mentales, Estrategia, Marketing sin recursos, Plan de Negocios, y Franchising, en ámbitos nacionales e Internacionales. Se desempeñó como Gerente de Franchising y Gerente Marketing de Tolder

S.A. Se desempeñó en la Gerencia de Planeamiento de La Caja de Ahorro.

Profesores

- GENESIN, Teresa

Licenciada en Organización de Empresas (UADE), Psicóloga Social, Mediadora y Coach. Consultora Senior Asociada de Proaxion Mkt. Directora y Profesora del Curso de Posgrado "Conducción Gerencial", de la Universidad de Belgrano. "Conducción Gerencial" fue seleccionado para ser dictado en Ecuador con el nombre de "Top Management", entre el 2002 y 2003. Forma parte del staff de los Cursos de Posgrado: Diplomado en Business de Alimentos y Bebidas y Diplomado en Marketing, dictados en el Departamento de Posgrado y Administración, Agronegocios, Gerenciamiento Bancario, Management Estratégico, Marketing Educación Continua de la Universidad de Belgrano.

Profesora Titular de *Negociación Comercial y Comportamiento del Consumidor*, de la Licenciatura en Comercialización de la Universidad del Salvador. Profesora Titular de *Comportamiento del Consumidor*, de la Licenciatura en Comercialización de la Universidad Católica de Santiago del Estero. Profesora Adjunta de *Administración General* en la Cátedra del Dr. Serra, de la Universidad de Buenos Aires. Capacitadora de UNILEVER. Instructora de empresas nacionales y multinacionales. Escribe sobre temas de su especialidad en distintos medios periodísticos.

- KRESTOL, Eduardo

Licenciado en Psicología (UBA) Consultor y capacitador especializado en el área de Creatividad e Innovación Organizacional y en la construcción de equipos de alto rendimiento. Profesor de

la Graduate School of Business de la Universidad de Palermo y de la Universidad de San Martín.

Autor de diversos artículos sobre Creatividad publicados en revistas especializadas. Su tarea la ha desarrollado en empresas como Deloitte, Banco Galicia, American Express, Clarín, Sony, Adidas, Edenor, Alto Palermo, Bagó, Akzo Nobel, Axa Seguros, entre otras.

- SESIA, Omar Adrián

Director de Lighten (Management and Marketing Consulting) Master en Ingeniería de la Innovación (Università di Bologna). Licenciado en Administración, especializado en Comercialización (UBA) Profesor Titular de cátedra de *Emprendimiento de Negocios*, en el Master in Business Administration en la Universidad de Concepción del Uruguay.

Ha escrito numerosos artículos y ha presentado sus trabajos en congresos y seminarios nacionales e internacionales. Miembro del Cuerpo Docente de las *Jornadas de Innovación* Lavalle 485, C1047AAI, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

Tel/Fax: 4393-5588 /89 - E-mail: **posgrados@ub.edu.ar**

<http://executive.ub.edu.ar>

Empresarial. Ha sido consultor de la CNA, Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa, en Italia.

Consultor en temas de Estrategia Competitiva, Marketing y Management, especialista en el Emprendimiento de nuevos negocios, desarrollo de Business Plans, Innovación y Creatividad.

Ha trabajado en el asesoramiento de las siguientes empresas: Diario Clarín AGEA, Caro Cuore, Portsaid, Galerías Pacífico, Gravedad Zero, IAC, Gazebo, The Exxel Group, Poett, New Code Correo, Crayón, Inca, Paramí, Proética, Tolder, etc

- ZAPATA, Cristina

Doctora en Ciencias Económicas (UBA) Lic. En Comercio Internacional (UADE) Especialista en Negocios Internacionales. Consultora de empresas en estrategias de negocios y comercialización para el mercado domestico y/o internacional. Directora académica de Posgrado y Extensión en la Universidad de Belgrano y en Universidad de Buenos Aires

Docente en Carreras, Cursos de Posgrado, de Especialización y MBA en UBA, UB y Univ. Nac. de La Plata. Docente de numerosos seminarios nacionales e internacionales relativos a la Estrategia, Management Comunicacional, Marketing Internacional y Comercio Exterior.

- SETTI, Néstor

Ingeniero Industrial (UTN) Titular de “NSetti Consultoría-Capacitación-Coaching”. Especialista con reconocida trayectoria en Compras, Aprovisionamiento y Negociaciones en empresas multinacionales de primer nivel. Ex Miembro del Comité de Dirección, Director de Compras y

Líder del Comité de Productividad de Danone. Docente del Posgrado de “Logística Integrada” en la Universidad del Salvador.

- ALONSO, Gustavo

Lic. en Administración, especializado en Comercialización (UBA) Director de Time to Market.

Profesor de *Comercialización* en UBA, integrante del cuerpo docente de la Secretaría de Extensión Universitaria de la Facultad de Ciencias Económicas (UBA) y docente invitado en los *Workshops para Emprendedores* organizados por la Fundación General Pacheco. Ha participado en proyectos de consultoría para Telecentro, Philips Argentina, WallStreet Institute y Puma, entre otros

- PAPINI, Carlos

Ingeniero Químico (UTN) MBA (USAL) Posgrado Ejecutivo en Dirección y Negocios (IAE) Docente en IAE, Universidad de Belgrano, Universidad del Salvador, Universidad de la Marina

Mercante, IUEAN y Fundación Bank Boston. Experiencia directiva en posiciones de alta responsabilidad en empresas como 3M, Imation, Boston Scientific y Medam BA. Especialista en capacitación y consultoría en temas de Negociación, Dirección General, Organización Industrial y Empresas Familiares.

- AVA PRAGA, Simona María

Abogada (UMSA) Titular de “Estudio Jurídico Ferreyra & Praga”. Ha realizado diversos cursos en Negociación, Resolución de Conflictos y Derecho Concursal. Cuenta

con experiencia en la industria del turismo, en distintas posiciones comerciales, y en emprendimientos personales.

- SABECKIS, Ricardo

Ingeniero Químico (UBA) Trabajó durante 20 años en Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF):

en el Sector Lubricantes (Refinería La Plata) y en la Gerencia de Tecnología (Sede Central)

Bibliografía del Modulo de Cs. de la Información

1 PRITCHETT, Price P.H.D. “Cambio de cultura”. Dallas, Prichett Publishing, 1993. En: “Nuevos Paradigmas de Bibliotecas Universitarias para el Futuro” por Vecchi Pomphile , Analía

2. SCHANK, Roberto C. “The cognitive computer on lenguaje. Learning and artificial intelligence”, Reading, Adisson-Wesley, 1984.

En: “Nuevos Paradigmas de Bibliotecas Universitarias para el Futuro” por Vecchi Pomphile , Analía

3 AMAT, Nuria. “La biblioteca electrónica.” Madrid, Fundación Sánchez Ruiperez/Pirámide, 1990. En: En: Vecchi Pomphile , Analía “Nuevos Paradigmas de Bibliotecas Universitarias para el Futuro” <http://www.documentalistas.com>

4 ANDERLA, G. “La información en 1985. Necesidades y recursos. Madrid, OCDE, 1975. En: Vecchi Pomphile , Analía “Nuevos Paradigmas de Bibliotecas Universitarias para el Futuro” <http://www.documentalistas.com>

5 LANCASTER, F W. “Libraries and libraries in an age of electronics. Arlington, Information Resources Press, 1982 En: Vecchi Pomphile , Analía “Nuevos Paradigmas de Bibliotecas Universitarias para el Futuro” <http://www.documentalistas.com>

6 BIASCA, Rodolfo. ¿SomosCompetitivos? ; Análisis estratégico para crear valor. [1ª ed.]. Buenos Aires, Granica, 2001. p. 32.

7 Idem

8.- Paper Liderazgo. Fuente referencial: <http://www.rppnet.com.ar/liderazgo1.htm>

Lavalle 485, C1047AAI, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina
Tel/Fax: 4393-5588 /89 - E-mail: posgrados@ub.edu.ar
<http://executive.ub.edu.ar>

Consideraciones generales

Modalidades:

Diplomado Internacional en Management Estratégico:

_ **Semanas consecutivas:** Dos semanas de alta intensidad, con dictado de clases en jornada completa, en días consecutivos de lunes a viernes (Ver horarios más abajo) en jornada completa, en días consecutivos de lunes a viernes (Ver horarios más abajo)

_ **Semanas separadas:** Una semana por viaje de alta intensidad, con dictado de clases

Inicio

Abril de 2010

Fechas

Modalidad Promoción Inicio Finalización

Presentación

Tesina

Semanas

consecutivas

2011 Abril/11 Abril/11 Junio/11

2011 Septiembre/11 Septiembre/11 Diciembre/11

Semanas

separadas

2011 Abril/11 Septiembre/11 Diciembre/11

Aprobación

80% de asistencia a las clases.

Programa Ejecutivo (1 semana): resolución de un Trabajo de Aplicación

Diplomado (2 semanas): realización de una Tesina Ejecutiva

Duración

Programa Ejecutivo en Enfoque Estratégico:

1 semana. Total de horas: 40 h. (más 10 h. tuteladas para lectura previa, investigación y armado del trabajo de aplicación)

Diplomado Internacional en Management Estratégico:

2 semanas. Total de horas: 80 h. (más 20 h. tuteladas para lectura previa, investigación y armado de la tesina ejecutiva)

Horario

Lunes a Viernes: de 9 a 13 h. y de 14 a 18 h.

Asistencia mínima

80 % de las clase

Proceso de admisión

Los aspirantes a cursar este Diplomado deberán, en primer término, enviar la ficha de inscripción completa con sus datos. Posteriormente tendrán una entrevista personal con su Director Académico o, en caso de encontrarse a gran distancia, deberán enviar su currículum vitae. De este modo se evaluará la adecuación del solicitante para ingresar al Diplomado, de acuerdo a su formación y su experiencia y también si el Diplomado es apropiado para el candidato

Certificados

El Departamento de Estudios de Posgrado y Educación Continua de la Universidad de Belgrano, extenderá el respectivo Certificado, a quienes aprueben las evaluaciones y cumplan con la asistencia mínima requerida. (Presencial)

El Departamento de Estudios de Posgrado y Educación Continua de la Universidad de Belgrano, extenderá el respectivo Certificado, a quienes aprueben las evaluaciones y realicen presentación y defensa de tesis .

Certificación 2 semanas (programa completo): Certificado de Diplomado Internacional en Management Estratégico.

Certificación 1 semana (programa corto): Certificado de Programa Ejecutivo en Enfoque Estratégico.

Beneficios para alumnos para las distintas modalidades de enseñanza

La inscripción en este Programa incluye los siguientes beneficios para el alumno:

- _ Un CD con “El Libro de Management Estratégico”.
- _ Todos los materiales impresos de utilización en el aula (presentaciones de los Profesores, “cápsulas para pensar®”, casos y ejercicios)
- _ Tutoría pre y post-cursado, a cargo de los responsables académicos.
- _ E-books de regalo para los alumnos, de un catálogo digital de más de 800 títulos.
- _ Acceso a la Biblioteca de la Universidad.
- _ Acceso al Laboratorio Digital de la Universidad, con PCs conectadas a Internet.
- _ Refrigerios durante el horario de cursada.
- _ Posibilidad de utilizar sin cargo las instalaciones para actividades de negocios y Organizacionales (reuniones, presentaciones de producto, etc.)
- _ Beneficios económicos en futuras capacitaciones en la Universidad.
- _ Alojamientos sugeridos de acuerdo a las necesidades del alumno, en hoteles y Departamentos cercanos a la Universidad y a precios promocionales
- _ Posibilidad de realizar paseos turísticos en la ciudad, incluyendo city tour y football tour.

Cierre de inscripción

1º cierre: 5 de febrero de 2011

2º cierre: 5 de marzo de 2011 (solo vacantes)

Consideraciones generales

Modalidades:

Diplomado Internacional en Management Estratégico:

_ **Semanas consecutivas:** Dos semanas de alta intensidad, con dictado de clases en jornada completa, en días consecutivos de lunes a viernes (Ver horarios más abajo) en jornada completa, en días consecutivos de lunes a viernes (Ver horarios más abajo)

_ **Semanas separadas:** Una semana por viaje de alta intensidad, con dictado de clases

Inicio

Abril de 2010

Fechas

Modalidad Promoción Inicio Finalización

Presentación

Tesina

Semanas

Consecutivas

2011 Abril/11 Abril/11 Junio/11

2011 Septiembre/11 Septiembre/11 Diciembre/11

Semanas

Separadas

2011 Abril/11 Septiembre/11 Diciembre/11

Aprobación

80% de asistencia a las clases.

Programa Ejecutivo (1 semana): resolución de un Trabajo de Aplicación

Diplomado (2 semanas): realización de una Tesina Ejecutiva

Duración

Programa Ejecutivo en Enfoque Estratégico:

1 semana. Total de horas: 40 h. (más 10 h. tuteladas para lectura previa, investigación y Armado del trabajo de aplicación)

Diplomado Internacional en Management Estratégico:

2 semanas. Total de horas: 80 h. (más 20 h. tuteladas para lectura previa, investigación y Armado de la tesina ejecutiva)

Horario

Lunes a Viernes: de 9 a 13 h. y de 14 a 18 h.

Asistencia mínima

80 % de las clase

Proceso de admisión

Los aspirantes a cursar este Diplomado deberán, en primer término, enviar la ficha de inscripción completa con sus datos. Posteriormente tendrán una entrevista personal con su Director Académico o, en caso de encontrarse a gran distancia, deberán enviar su currículum vitae. De este modo se evaluará la adecuación del solicitante para ingresar al Diplomado, de acuerdo a su formación y su experiencia y también si el Diplomado es apropiado para el candidato

Certificados

El Departamento de Estudios de Posgrado y Educación Continua de la Universidad de Belgrano, extenderá el respectivo Certificado, a quienes aprueben las evaluaciones y cumplan con la asistencia mínima requerida. (Presencial)

El Departamento de Estudios de Posgrado y Educación Continua de la Universidad de Belgrano, extenderá el respectivo Certificado, a quienes aprueben las evaluaciones y realicen presentación y defensa de tesis .

Certificación 2 semanas (programa completo): Certificado de Diplomado Internacional en Management Estratégico.

Certificación 1 semana (programa corto): Certificado de Programa Ejecutivo en Enfoque Estratégico.

Beneficios para alumnos para las distintas modalidades de enseñanza

La inscripción en este Programa incluye los siguientes beneficios para el alumno:

- _ Un CD con “El Libro de Management Estratégico”.
- _ Todos los materiales impresos de utilización en el aula (presentaciones de los Profesores, “cápsulas para pensar®”, casos y ejercicios)
- _ Tutoría pre y post-cursado, a cargo de los responsables académicos.
- _ E-books de regalo para los alumnos, de un catálogo digital de más de 800 títulos.
- _ Acceso a la Biblioteca de la Universidad.
- _ Acceso al Laboratorio Digital de la Universidad, con PCs conectadas a Internet.
- _ Refrigerios durante el horario de cursada.
- _ Posibilidad de utilizar sin cargo las instalaciones para actividades de negocios y Organizacionales (reuniones, presentaciones de producto, etc.)
- _ Beneficios económicos en futuras capacitaciones en la Universidad.
- _ Alojamientos sugeridos de acuerdo a las necesidades del alumno, en hoteles y Departamentos cercanos a la Universidad y a precios promocionales
- _ Posibilidad de realizar paseos turísticos en la ciudad, incluyendo city tour y football tour.

Cierre de inscripción

1º cierre: 5 de febrero de 2011

2º cierre: 5 de marzo de 2011 (solo vacantes)

Consultor de Empresas en temas de la Industria del Petróleo. Se especializó en Marketing Vía E-mail, Inteligencia en Internet y Confección de Bases de Datos Específicas, trabajando desde

Su propia empresa de Comunicación y Marketing desde 2000.

Coordinador Académico

- MORRESI, Mariano

Licenciado en Comercialización (UB) Posgrado en Conducción Gerencial (UB) Asesor en Estrategia y Marketing. Consultor Asociado a Lighten (Management and Marketing Consulting)

Investigador y autor en Management Estratégico. Coordinador de cursos de grado y posgrado.

Docente universitario. Blogger. Ha trabajado en el desarrollo de emprendimientos en diversas industrias como entretenimiento, internet, moda, salud, publicidad, mobiliario, periodismo,

Seguridad, sanitarios, educación, textil, entre otras.

Los módulos podrán ser dictados por todos o algunos de los docentes mencionados en forma indistinta. La Universidad se reserva el derecho de realizar cambios en el cuerpo docente que considere pertinentes.

Gestión del conocimiento

El asistente recibirá el Material de estudio impreso en el aula. Incluye las ponencias de los profesores, “cápsulas para pensar®”, casos y ejercicios y un cronograma de cursada con todos los horarios, temarios y bibliografía.

Las Cápsulas para pensar® son pequeños extractos de casos, situaciones de negocios, pensamientos y noticias, que sirven para analizar los temas desde otra óptica, confrontar la teoría, verificar el grado de avance y provocar el intercambio de ideas. Se trabajan en el aula.

La Bibliografía recomendada para ampliar los conceptos vistos en clase incluye más de 90 libros seleccionados por el equipo docente.

Cada alumno recibirá un CD, “*El libro de Management Estratégico*”, que incluye todos los materiales impresos más documentos preparados por los responsables del Diplomado, casos y artículos actuales de los principales medios de negocios.

Se utilizarán Casos de negocios de varios tipos: reales argentinos, latinoamericanos y globales y ficticios. El objetivo es discutir la aplicación de los conceptos y resolver en situaciones

concretas, analizar las similitudes con situaciones profesionales personales y enriquecer el aprendizaje desde lo particular.

Está previsto el empleo, en el aula, en varios módulos de Películas comerciales, algunas de difusión amplia y otras menos divulgadas. El objetivo es el mismo que con los casos, pero con la oportunidad aquí de introducir el sentido visual y auditivo, lo cual desarrolla cualitativamente el conocimiento. Además se desconstruye la forma habitual de aprender y se puede apreciar lo conocido desde la óptica de las herramientas aprendidas.

Cuando se involucran habilidades interactivas para la toma de decisiones, se recurrirá a metodologías como Role-playing, Talleres, Juegos y Simulaciones.

Como formas de evaluación se utilizará, en lugar de un examen tradicional, un método empírico personalizado y de verificación práctica de aprendizaje: la realización de una Tesina Ejecutiva (ver explicación en página 5)

Este Diplomado se encuentra conectado al Blog “*Management Estratégico*”, medio de Comunicación e información de los responsables académicos:
<http://managementestrategico.blogspot.com/> En el mismo se suben artículos escritos por los docentes, se hacen reseñas de cursos y clases realizadas y se linkea a notas de interés de la web.

Lavalle 485, C1047AAI, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

Tel/Fax: 4393-5588 /89 - E-mail: **posgrados@ub.edu.ar**

<http://executive.ub.edu.ar>

1.4.

Alumna: Analía Vecchi Pomphile
Actividad 4 Unidad 4

Indicadores que tendré en cuenta en el Proyecto Final

Los autores de uno de los trabajos del que extraje los conceptos para esta actividad, proponen un modelo de evaluación de la enseñanza (no de la investigación y gestión) para las instituciones universitarias a distancia, en el que podría optarse por evaluar la institución en general o una de las titulaciones que imparte. (1)

Contexto Institucional

- Características propias de la Educación a Distancia
- Contexto socioeconómico de la Universidad
- Etapas de evolución de la Universidad, titulación o centro
- Percepción de la comunidad universitaria o centro
- Demanda real de estos estudios (observación del mercado de estudiantes, etc.)
- Perfil personal, socioambiental, y académico de los aspirantes
- Tasas de aspirantes que logran ingresar a la Institución
- Estimación del número de estudiantes que podría acoger la institución
- Estimación de las titulaciones, cursos o niveles de grado que podrían impartir
- Locales donde se ubicaría

Las Metas y objetivos

Este ámbito o dimensión lo centramos básicamente en la concepción que se tenga sobre la educación a distancia, asunción de un modelo (bases radicales), legislación universitaria general y particular que afecte a la institución, titulación, o centro así como en las metas temporales

- ✓ Objetivos de la educación a distancia
- ✓ Objetivos generales de la Universidad, titulación o centro (SC-CA)
- ✓ Coherencia entre los objetivos de la Universidad y los de la titulación o centro(SC-CA)
- ✓ Conocimiento de los objetivos de la comunidad y grado de compromiso en la consecución de los mismos. Dificultades para su logro (SC-CA)
- ✓ Razones de la implementación de la titulación o centro (SC-CA)
- ✓ Legislación de política general universitaria (SC)
- ✓ Legislación que afecta directamente a la institución (SC-CA)

Componentes

En este ámbito valoraremos cuatro posibles bloques de indicadores: instalaciones y recursos, los alumnos, los docentes y el programa de formación

Instalaciones y Recursos

- Instalaciones, Calidad y cantidad de los espacios, edificios y aulas
- Equipamiento, Inmobiliario, etc.
- Dotación y funcionamiento de Biblioteca, medios telemáticos, sistemas de medios audiovisuales, laboratorio, medios telemáticos, sistemas de comunicación profesor-alumno
- Otras dotaciones complementarias para la formación de los alumnos, etc.

ALUMNOS

- Normas o procedimiento y requisitos de admisión de los estudiantes
- Número de alumnos matriculados
- Previsión a corto o medio plazo en cuanto a aumento, redacción o mantenimiento del número de alumnos
- Organización de la atención a los alumnos (órganos, recursos humanos, dependencia administrativa)
- Tipo de ayuda se facilita a los alumnos con dificultades académicas o de otro tipo.
- Orientación e información que se facilita a los alumnos
- Orientación a los alumnos en relación a su inserción en el mercado laboral
- Procedimientos que cuenta los alumnos para plantear sus problemas
- Otros
-

PROFESORES (Evaluación de la docencia)

En el ámbito de la docencia se considerará como unidad de evaluación la titulación o programa de estudios. Se pondrá a disposición del cuerpo docente planillas o formularios estandarizados para la recogida de información y opiniones sobre los siguientes puntos:

- Estructura del plan de estudios (duración, tipo de materias, combinación de actividades de enseñanza teórica y práctica, etc.)
- Desarrollo de la docencia y de la evaluación de los alumnos (cumplimiento del plan docente, sistemas de coordinación y seguimiento del plan docente, información facilitada a los alumnos, sistemas y periodicidad de la evaluación de los alumnos, etc.)

- Características de los alumnos matriculados (número de alumnos, requisitos de entrada, nivel de satisfacción, etc.)
- Profesorado: estructura y características del profesorado, nivel de dedicación, criterios y procedimientos para la selección, formación y promoción del profesorado, funcionamiento de los sistemas establecidos para la evaluación individual de la actividad docente de los profesores, etc.
- Personal de apoyo y de administración: estructura de la plantilla, funciones que desempeñan, políticas de selección y promoción, etc.
- Recursos materiales: disponibilidad de espacios para docencia teórica y práctica, dotación de infraestructura (aulas informáticas, bibliotecas, salas de estudio, laboratorios, etc.), presupuesto para actividad docentes, etc.
- Rendimiento académico: tasas de éxito de abandono y de retraso académico; nivel de satisfacción de los titulados con la formación recibida, nivel de satisfacción de los empleadores con los titulados egresados, etc.
-
- Adecuación del perfil de formación del profesorado a la titulación
- Adecuación e idoneidad de la plantilla del profesorado
- Grado de preparación. Experiencia acumulada de la modalidad a distancia en particular
- Asignación de profesores al primer curso. Procedimientos.
- Adecuación de la asignación de la docencia al potencial de calidad del profesorado
- Calidad de la programación de las enseñanzas. Diseño curricular, elaboración de materiales, guías, pruebas de evaluación
- Índices de movilidad/estabilidad de este profesorado
- Formación del profesorado en metodología a distancia
-
- **Evaluación de la Investigación**
-
- En este ámbito se considerarán como unidades básicas de evaluación las áreas de conocimiento o departamentos cuya actividad principal se desarrolle en las unidades docentes evaluadas. Las indicaciones precisas y los formularios para recoger la información pertinente, se referirán a los siguientes puntos :
-
- Objetivos y líneas de investigación de las unidades evaluadas
- Estructura del personal investigador: composición de los grupos de investigación, categorías, experiencia investigadora, nivel de dedicación a la investigación, etc.
- Dotación de infraestructura y de recursos humanos y materiales para la investigación: laboratorios, personal técnico, becarios, etc.
- Indicadores de actividad investigadora: participación en programas de investigación nacionales e internacionales, financiación externa, participación en congresos

presentación de tesis doctorales, obtención de plazas de investigador o de profesor universitario por miembros formados en el departamento, etc.

- Indicadores de productividad en la investigación: publicaciones en revistas científicas, libros, patentes, informes técnicos, etc.
- Indicadores de calidad de los resultados de la investigación: factor de impacto de las revistas en las que se publican los resultados de la investigación, cuando estén disponibles, premios y distinciones académicas obtenidos por los investigadores, resultados en la evaluación individual de los miembros de las unidades evaluadas, etc.
- Información sobre las repercusiones de la actividad investigadora sobre la actividad docente, especialmente en relación con los estudios de tercer ciclo
- Información sobre la incidencia de la actividad investigadora sobre el entorno económico y social de la universidad

LOS PROCESOS

Relación Pedagógica

Las carreras de postgrado a distancia (especializaciones y maestrías) deben cumplir con la carga horaria mínima establecida por la Resolución MCE n° 1168/97

Es imprescindible que la carrera explique y fundamente de qué modo su carga horaria total permite satisfacer adecuadamente las necesidades de estudio, aprendizaje e investigación que el objetivo de sus objetivos plantea.

Teniendo en cuenta, que en la modalidad a distancia, la relación pedagógica entre quienes enseñan y quienes aprenden se realiza a través de una gran variedad de recursos, medios técnicos, dispositivos o estrategias pedagógicas que permiten un diálogo didáctico mediado, es imprescindible que la propuesta especifique con toda claridad las diferentes formas de interacción que se establecerán entre los distintos actores de los procesos de enseñanza y aprendizaje.

Es necesario que la propuesta defina los distintos roles docentes a cargo de la promoción, gestión y desarrollo de la interacción: autores de materiales, tutores, profesores, asesores

METODOLOGIA

- Planificación y diseño de implantación de la actividad o programa
- Calidad de la dirección y seguimiento (desde la sede central o centro de apoyo concreto) de los aprendizajes. Desarrollo de la labor académica (desarrollo curricular, tutorías, prácticas, convivencias, seminarios...), modalidades y frecuencia)
- Grado de utilización de los diferentes medios didácticos (materiales: impresos, audiovisuales e informáticos: vías de comunicación: postal, telefónica y telemática)
- Condicionamiento de los programas de cada asignatura
- Retroalimentación
- Metodología de la enseñanza a distancia
- Actividades más allá de las clases: ciclos de conferencias, comentarios de libros, grupos de investigación, publicaciones, etc.

- Otras actividades dedicadas a la formación del estudiante en técnicas de estudio, de aprendizaje de actitudes, de búsqueda de empleo
- otros

Tutorial

El tutor formador virtual constituye uno de los pilares de la individualización del proceso de aprendizaje, ya que debe acompañar a cada alumno y atender a sus diferencias en función de sus condiciones iniciales y de sus posibilidades de dedicación.

Los tutores representan el lado comunicacional más rico y más sensible de un proceso como el que nos ocupa. Si ellos no trabajan desde ideales pedagógicos compartidos, desde una misma concepción de lo comunicacional, desde acuerdos básicos sobre la forma de evaluar, pronto el curso o la carrera pierden coherencia y se fragmentan en miradas y prácticas a menudo contrapuestas.

Además es necesario, asegurar la eficacia de los procedimientos vinculados con la gestión de todos los subsistemas de un proyecto de educación a distancia.

Desde lo operativo, en un escenario de ese tipo, se nos abre en más de una dirección incorporar personas que conozcan de la asignatura o el curso, elaborar un plan de capacitación para ellas, debido a que se aspira a una tutoría orientada a promover y acompañar aprendizajes y no a transmitir información: crear un sistema de coordinación de las tutorías y lograr un seguimiento de la tarea de cada uno de los integrantes del equipo. (2)

Es importante asegurar la eficacia de los procedimientos vinculados con la gestión de todos los subsistemas de un proyecto de educación a distancia.

Indicadores a tener a cuenta:

ATENCION TUTORIAL

Crear un sistema de coordinación de las tutorías y lograr un seguimiento de la tarea de cada uno de los integrantes del equipo.

- Normativa expresa sobre el numero de hs. de tutoría/guardia
- Normas sobre las funciones del profesorado de atención tutorial/guardia
- Nivel de cumplimiento formal del profesorado de las funciones de atención
- Cultura o práctica de atención individualizada a los alumnos (Experiencias anteriores, retroalimentación, feedback)*
- Existencia de experiencias singulares de organización y desarrollo de ésta función
- Publicidad del horario de tutorías/guardias de cada profesor (dónde y cuándo) EN EL MARCO DE LA PLATAFORMA DEL CURSO
- Eficacia y utilidad de las tutorías/guardias y dificultades para llevarlas a cabo
- (TUTORES NO FULL TIME)
- Tipos de acción docente-tutorial (telefónica, informática) SKYPE, WIKI, FOROS, CHAT,
- Metodología empleada en las sesiones presenciales de tutoría (trabajo en grupo) (team)

Trabajo de los Alumnos

- Procedimientos para fomentar el aprendizaje independiente del alumnado y su propia responsabilidad en el trabajo (*)
- Demanda de trabajo personal que ha de realizar el alumno individualmente (siguiendo la currícula)
- Factibilidad del plan de Estudios desde la perspectiva del alumno (demanda de horas clase, trabajo personal, número de años para finalizar la carrera)
- Utilización de recursos

Materiales didácticos

Es imprescindible que la carrera cuente con materiales didácticos específicos diseñados para la modalidad a distancia. Es necesario que se explique y justifique el tipo, la función y las características que identifican a cada uno de estos materiales y determinan su modo particular de inserción dentro del sistema general del funcionamiento de la carrera.

Los materiales educativos deben adecuarse al modelo educativo que fundamenta el dictado de la carrera.

Es imprescindible que los materiales didácticos evidencien claramente su articulación con la bibliografía obligatoria de la carrera. Estos materiales deben mostrar un tratamiento adecuado de los aspectos disciplinares, pedagógicos y didácticos y de todos aquellos referidos al diseño y el desarrollo tecnológico.

Es imprescindible que la carrera posea mecanismos de actualización y mejoramiento de los materiales didácticos.

Es deseable que la carrera disponga de mecanismos de validación de los materiales

Didácticos (pruebas piloto con usuarios antes de instrumentar su circulación generalizada, juicios de expertos, referatos u otros

- Respecto a los materiales y el sistema de comunicación profesor-alumno, se hace preciso considerar su diversidad así como su calidad
Desde la perspectiva de adecuación de su diseño al requerido para procesos de estudio autónomo y a distancia, Entre éstos indicadores
Podemos destacar la apreciación del diseño, producción, distribución o difusión
- Materiales impresores (Unidades didácticas, módulos de auto aprendizaje, guías didácticas, agendas, cuadernos de trabajo o evaluación
- Materiales audiovisuales (comunicación por el teléfono, vía satélite
- Diapositivas, transparencias, videoconferencias
- Informáticos (Programas de ordenador, correo electrónico, videotexto, etc.)

Medios y Tecnología

Es imprescindible que la carrera garantice la existencia de altos grados de interactividad (relación de los alumnos con los materiales y la tecnología) y de interacción (relación de los docentes con los alumnos y de éstos entre sí) mediante el

Uso de tecnologías acordes con la fundamentación pedagógica que la sustenta.

Es imprescindible la descripción de los soportes tecnológicos, explicitando los criterios utilizados para la elección de las tecnologías a utilizar y consignando la función de cada medio elegido.

Es imprescindible la capacitación permanente de docentes y gestores para el uso habitual de las tecnologías y capacitación de los administradores tecnológicos en aspectos educativos para su integración en los equipos de educación.

Es imprescindible que la carrera asegure la administración y la operación de las tecnologías mencionadas en el primer párrafo.

La Evaluación

- Tipo de evaluación que se realiza durante la implementación de un proyecto o programa. Su objetivo principal es evaluar el progreso logrado, a fin de obtener conclusiones preliminares para gestionar el programa o proyecto y formular, recomendaciones para el resto del período de ejecución. Se ocupa de cuestiones operacionales, relacionadas con la pertinencia y el desempeño y extrae lecciones aprendidas iniciales”
- La evaluación final se orienta a medir los efectos, demostrar la eficacia y pertinencia de las intervenciones y estrategias, indicar las señales iniciales de impacto y recomendar que intervenciones deben promoverse o abandonarse.
- ¿Quién evalúa?
- La evaluación estará a cargo del propio equipo del proyecto, en el marco de lo que se denomina autoevaluación. En la fase final y en el desarrollo intervendrán los y las destinatarias del proyecto. La autoevaluación no se improvisa hay que planificarla sobre la base de objetivos claros e indicadores acordados. Necesita tiempo de investigación de lo que va sucediendo, para dar lugar a recomendaciones y a decisiones para impulsar más los logros y para solucionar los problemas.
- La evaluación realizada por los destinatarios del proyecto se acota a determinados tiempos y se aplica a todos los frentes de la propuesta. No se tratará de evaluar el desempeño de un tutor, sino también de hacerlo con respecto a la administración, a las tecnologías, a los materiales de estudio, a las formas de aprendizaje, a los contenidos, a la evaluación aplicada en el curso o en la carrera.
- **La metodología que se aplicará para el relevamiento de datos se hará a través de cuestionarios, la reflexión entre docentes y alumnos, encuestas, benchmarking entre pares de carreras afines que se dictan en otras instituciones.**
- Evaluamos para hacer control de gestión y se necesita la participación del equipo completo. Se evalúa para aprender, corregir, enriquecer procesos, y no para culpabilizar o castigar.
- Cuando hablamos de “Contra que evaluar” nos referimos a los parámetros, y esto nos lleva al concepto de indicador:

- “Señal que revela progresos (o su falta) hacia los objetivos; medio para medir lo que realmente sucede y compararlo con lo que se ha planificado en cuanto a cantidad, calidad y oportunidad. Es una variable cuantitativa o cualitativa que provee una base simple y confiable para los logros, el cambio o el desempeño”

➤ **Seguimiento**

- El seguimiento va al compás de los procesos mientras ellos desarrollan. Según la PNUD (3) lo define de la siguiente manera: “Función permanente que apunta primordialmente a proveer a los gerentes y a los principales interesados información periódica y señales oportunas de progreso (o de falta de progreso) en el logro de los resultados buscados. El seguimiento compara el desempeño o situación real con lo que fue planificado o previsto de acuerdo con normas preestablecidas. En general, implica recolectar y analizar datos sobre procesos de implementación, estrategias y resultados y recomendar medidas correctivas”
- Se hará un seguimiento desde los materiales didácticos: seguimiento desde la idea pedagógica, base y el diseño a la producción, para mantener la coherencia que se busca con respecto a las líneas generales de la propuesta educativa; seguimiento de la forma en que se hace llegar los productos a las y los estudiantes, el uso que éstos le dan, las consecuencias que tienen para su aprendizaje, el apoyo ofrecido por los tutores, las producciones que se derivan de las prácticas de aprendizaje sugeridas en tales productos. En el caso de la tutoría: seguimiento de la formación de los tutores, del tiempo de dedicación al proyecto, de sus formas de relación e interacción con las y los estudiantes, de su apropiación de los contenidos, de las explicaciones, de la manera de evaluar.

➤ **Infraestructura**

- Es imprescindible que las instituciones describan las características de la infraestructura y el equipamiento con que cuentan para llevar adelante el programa, específicamente en relación con la biblioteca y el centro de documentación. También deben especificarse las posibilidades que los alumnos tienen de acceder a ellos.
- Es imprescindible que la institución especifique la disponibilidad de espacios físicos o virtuales adecuados para que estudiantes y docentes puedan cumplir actividades educativas y administrativas en el caso de que la propuesta educativa así lo requiera.
- La biblioteca debe formar parte de redes nacionales, establecer convenios de préstamos inter-bibliotecarios y participar en los catálogos colectivos de libros y revistas. Es deseable que se disponga de una biblioteca virtual con enlaces a sitios de interés académico.
- La clave es la accesibilidad de los libros y la documentación. La universidad responsable de una oferta de postgrado a distancia debe poner a disposición toda su biblioteca. Esto significa que ésta debe tener buena parte de su información

incorporada a catálogos electrónicos. También debe disponer de formas rápidas de hacer llegar los materiales cuando éstos no hayan sido digitalizados.

- Es imprescindible que la carrera especifique el mecanismo de distribución de materiales educativos o si se accede a ellos a través de medios tecnológicos.
- Es imprescindible que la carrera especifique las características del equipamiento que sostiene las actividades de enseñanza y aprendizaje e indiquen si los docentes realizarán sus actividades desde la institución o fuera de ella.

➤

➤ **Relaciones Externas**

- Relaciones que la Universidad, titulación o centro tiene con las organizaciones Empresariales y profesionales de su entorno
- Importancia de los estudios en el desarrollo económico y social del entorno
- Comparación de la Universidad, titulación o centro con otras instituciones o titulaciones similares o próximas.
- Relaciones del Profesorado con otras Universidades Extranjeras
- Relaciones de la Universidad, titulación o centro con otros semejantes en España o en el extranjero
- Convenios o acuerdos con instituciones o empresas relacionadas con la enseñanza de la titulación evaluada

Los Resultados, el Producto. Rendición de cuentas

- Resultados académicos por asignatura en primera y segunda
- convocatoria considerando los presentados y los aptos en relación con los matriculados
- Respecto al rendimiento académico global de la Universidad, titulación o centro, calcúlense los siguientes indicadores de graduación para el último curso académico
- Tasa de éxito
- Tasa de retraso
- Tasa de abandono
- Duración media de los medios
- Tasa de abandono en el primer año
- Tasa de abandono en los dos primeros años
- Tasa de presentados
- Tasa de éxito
- Tasa de rendimiento

Conclusión: Si nos proponemos un programa de evaluación institucional de la calidad, promovido por la propia institución y realizado por agentes internos, al margen de la que pudiera hacerse desde fuera, léase Consejo de Universidades, Ministerio de Educación u

otros, sugerimos, que esa evaluación de la calidad debería realizarse siempre que comportara una serie de características o condiciones.

Ver las propuestas, por Kelly y Baht (1988) las que entendemos como más apropiadas para evaluar la calidad de una institución universitaria a distancia.

Bibliografía

- 1.-García Areito, Lorenzo. "Indicadores para la Evaluación de la Enseñanza en una Universidad a Distancia" En: Revista Iberoamericana distancia, vol.1, Nro.1, jun, 1998 pag.1-23
- 2.- Consejo de Calidad en la Educación Superior (HEQC), Agencia de Aseguramiento de la Calidad en la Educación Superior (QAA). Directrices para la Educación a Distancia. Gran Bretaña, 1997
- 3.- Becerra, Martín [et al.]. Informe Final. Coneau, 2002
- 4./Prieto Castillo, Daniel. Planificación, Seguimiento y Evaluación de Proyectos. Unidad 4. Evaluación y Seguimiento. Argentina, Virtual Educa, 2010.

1.3.

Alumna
Analia Vecchi Pomphile
Comisión 006

Anexo I

Difusión

“Diplomado Ejecutivo en Management Estratégico con incumbencia de un Módulo Completo abocado a las Ciencias de la Información”

El Diplomado donde nos insertamos como solución a nuestro problema, ofrecía hasta ahora las siguientes modalidades

En vistas de los dinámicos y complejos tiempos que atraviesan los empresarios y ejecutivos actuales, este Diplomado ofrece varias alternativas de cursado:

- **Diplomado Internacional en Management Estratégico** en dos semanas consecutivas.
- **Diplomado Internacional en Management Estratégico** en dos semanas separadas.
- **Programa Ejecutivo en Enfoque Estratégico** (programa corto) en una semana.

A partir del ciclo lectivo 2010 se ofreció como curso E-learning anual, donde los alumnos dispusieron de material educativo y soporte online íntegramente por internet.

Recordemos el PROBLEMA

En términos generales “La Bibliotecología” no es considerada o vista como una Empresa que puede generar negocios a través de los recursos que desarrolla. Para ello hay que pensar como gerentes e incursionar en todo lo que hace al Management Estratégico y de la Conducción Gerencial. Proponemos aprender una nueva manera de operar y hacer negocios transmitiendo los conocimientos a través de herramientas prácticas para la toma de decisiones empresariales Bibliotecológicas. A ello apuntamos.

Nuestros alumnos

Profesionales de carreras no económicas que enfrentan decisiones estratégicas. (Directores de Bibliotecas Universitarias, Especializadas ,Centros de documentación, Bibliotecas de empresas, emprendedores y Asesores, Graduados de la Carrera de Lic. A distancia de la Universidad de Mar del Plata, en Bibliotecología y Documentación.

Nuestra Prospectiva o Diseño de Escenarios fue la siguiente:

“Al año 2012 la cátedra pretende, graduados autosuficientes y doctos en los conocimientos impartidos a fin de realizar un reenfoque de arco en sus instituciones, áreas o secciones. Logrando resultados que califiquen a la entidad y logren un destacado posicionamiento en sus funciones gerenciales.

A dos años del lanzamiento del Diplomado Internacional en Management Estratégico con incumbencia de un Módulo Completo abocado a las Ciencias de la Información, podemos expresar los siguientes resultados

- ☐ Esta nueva modalidad del Diplomado, fue una innovación con todo lo que ello trae consigo, migrar todo lo presencial a una modalidad totalmente virtual,
- ☐ Se realizó difusión a través de los distintos medios de comunicación que ofrece la Universidad de Belgrano, las Escuelas de Bibliotecología y las Escuelas de Negocios. (en formato pdf), además tomamos como modelo
- ☐ La difusión que imparte la UNAM a los alumnos ingresantes

http://www.cuaed.unam.mx/suayed_piel_08/

y además se tomó como ejemplo la difusión de un Curso de Dirección y Liderazgo de Bibliotecas Académicas

http://pruebas.cuaed.unam.mx/crp_ocu/puel/cursos/ricblu03/materiales/guia_estudiante.pdf

- ☐ Se evaluaron plataformas dentro de las que ofrece la UB y se tuvieron en cuenta otras opciones como Moodle muy potable para este tipo de capacitación
- ☐ <http://virtualeduca-moodle.e-ducativa.com/>
- ☐ <http://www.youtube.com/user/ticformacion> (Se optó por este último)

Se generaron herramientas de inducción para el entrenamiento de los alumnos que carecen de manejo en herramientas virtuales, (chat, foros, blogs, portafolios de evaluación, etc), para ser impartidas una semana antes del comienzo del curso

- ☐ Se desarrollaron nuevos contenidos adaptados a la nueva modalidad, fácilmente descomprimibles teniendo en cuenta el factor (tiempo) costo/beneficios
- ☐ Se incorporaron docentes de las Ciencias de la Información, nacionales y del exterior, tales como la Prof. Yenny Chueque, (UNMDP), Dr. Britos, Joaquín Zuliani (Universidad de Belgrano)
- ☐ Dr. Jesús Lau de la Universidad de Guadalajara, el Dr. Filiberto Martínez Orellano de la UNAM, Dra. Patricia Malcchiodi de la Univ. De Curitiba
- ☐ Se incorporaron tutores de las Ciencias de la Información y se entrenaron a los existentes en estas nuevas temáticas
- ☐ Se podría haber tomado como enseñanza “sólo un módulo”, el específico para bibliotecarios, dentro del Diplomado, y tuvieron esa oportunidad también, pero la mayoría optó por tomar la totalidad del Diplomado, y abrirse así a otra disciplina que permite

situarse desde otra ciencia para darle otro enfoque y otro performance a las Ciencias de la Información.

La matrícula era limitada a 50 alumnos, como lanzamiento piloto de ésta nueva modalidad, asimismo, se tuvo en cuenta, el perfil de los inscriptos, debían provenir de las Ciencias de la Información o de la Escuela de Negocios, y era eliminatorio de no ser así.

- ✓ Por último quedaría por relevar como se sintieron o adaptaron a los conocimientos impartidos del Módulo de las Ciencias de la Información al docente Fernando Cerrutti, y Mariano Morressi los titulares del Postgrado de Management Estratégico de la Universidad de Belgrano colegas en éste Postgrado.

Bibliografía

- 1- Prieto Castillo, Daniel. Unidad 3;. Planificación, seguimiento, y evaluación de proyectos. Virtual Educa, 08-Planificación, seguimiento y evaluación de proyectos y evaluación de proyectos, 2010.
- 2.- Vecchi Pomphile, Analía. “ Management Library”; Tesina presentada para defensa y aprobación del Curso de Post-Grado de Management Estratégico de la Universidad Belgrano, 2006.
- 3.- Cerutti, Fernando ; Morressi, Mariano. Material de cátedra, aportes del programa del Diplomado Internacional en Management Estratégico. Argentina, Universidad de Belgrano, 2010.

Anexo II

Lavalle 485, C1047AAI, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina
Tel/Fax: 4393-5588 /89 - E-mail: posgrados@ub.edu.ar
<http://executive.ub.edu.ar>

Educación Ejecutiva 2011:

Diplomado Internacional en Management Estratégico

- Super Intensivo -

9ª Edición

Introducción

Latinoamérica emerge como un adolescente pujante, ansioso y desordenado. Para que sus bríos tengan cabida en este **mundo globalizado y caótico** que ha empezado a sentir su fatiga, y que se resiste a delegar el protagonismo sostenido por muchos siglos, se requiere **nuevos paradigmas** para entender los negocios y tomar decisiones.

En nuestro continente, y en todo el mundo, el escenario competitivo está acelerando su ritmo estadios de cambio en múltiples direcciones. El pensamiento y la acción no pueden seguir en temporales diferentes.

La especialización se debilita frente a la **diversidad**.

Muchos empresarios y algunos analistas todavía poseen **modelos mentales** lineales de causa y efecto, se sienten atraídos por este tipo de pensamiento, creen que el contexto se presenta en orden y que es previsible su evolución... nada más y nada menos que en Latinoamérica.

Quienes intentan atravesar la **complejidad** de los negocios, quienes asumen el reto del **emprendimiento** como constante, quienes buscan el **liderazgo** y el **trabajo en equipo** como motor de crecimiento organizacional o quienes desafían las teorías y prácticas en uso, hacen del **Management Estratégico** el vehículo para transformarse en protagonistas de esta.

Nueva Economía mundial.

En este presente Americano intenso, complejo y cambiante, debemos **imaginar el futuro**, crearlo, percibirlo, diseñarlo, debemos pensarlo como algo no continuo e impredecible. Para captar este futuro incierto debemos crear técnicas diferentes, desarrollar **herramientas** nuevas y proponer una sistemática de análisis, totalmente dinámica, proactiva y singular.

Para esta realidad global hemos creado una **metodología sistémica** e innovadora para el análisis y la formación de la **estrategia** empresarial, **adecuada para el contexto de América**.

Un conjunto de herramientas para anticiparse a los cambios del futuro, incorporando en forma pragmática, las nociones de marco estratégico, **habilidades gerenciales**, lógica operativa, aprendizaje dinámico y modelos mentales.

Objetivo

Que el participante pueda desarrollar marcos metodológicos consistentes para el Pensamiento estratégico, el armado de Estrategias en distintos tipos de Negocios de la región y la Conducción de las organizaciones.

Que incorpore herramientas específicas para:

- Analizar los sectores industriales latinoamericanos.
- Armar y poner en marcha Estrategias Corporativas y de Negocios.
- Resolver con Creatividad los problemas organizacionales.
- Desarrollar e implementar Negocios Innovadores.
- Liderar Equipos proactivos, eficaces y comprometidos.
- Aplicar el Marketing Estratégico para la transformación del negocio.
- Entender la Dinámica de Sistemas como forma de pensamiento estratégico.
- Aprender mediante el análisis de Casos, el Debate grupal y el Role-playing.

Perfil del alumno

- Profesionales de carreras no económicas que enfrentan decisiones estratégicas. (Directores de Bibliotecas Universitarias, Especializadas, Centros de documentación, Bibliotecas de empresas, emprendedores y Asesores, Graduados de la Carrera de Lic. A distancia de la Universidad de Mar del Plata, en Bibliotecología y Documentación)
- Empresarios que buscan proyectar globalmente sus organizaciones.
- Gerentes aspirantes a puestos de alcance internacional.
- Profesionales de carreras no económicas que enfrentan decisiones estratégicas. Este Diplomado está pensado para aquellos ejecutivos y emprendedores de toda Latinoamérica que ven coartadas sus posibilidades de capacitarse y desarrollarse, debido a las restricciones impuestas por sus exigencias laborales y la distancia con los centros educativos de excelencia.
- Los alumnos extranjeros podrán aprovechar el aprendizaje de este Diplomado con los beneficios de una corta estadía en Argentina, lo que les permitirá disfrutar de una excelente oportunidad turística, conociendo algunas de las bellezas del país.

Modalidades

En vistas de los dinámicos y complejos tiempos que atraviesan los empresarios y ejecutivos actuales, este Diplomado ofrece varias alternativas de cursado:

_ **Diplomado Internacional en Management Estratégico** en dos semanas consecutivas.

_ **Diplomado Internacional en Management Estratégico** en dos semanas separadas.

_ **Programa Ejecutivo en Enfoque Estratégico** (programa corto) en una semana.

A partir del ciclo lectivo 2010 se ofreció como curso E-learning anual, donde los alumnos dispusieron de material educativo y soporte online íntegramente por internet con incumbencia de un Módulo Completo abocado a las Ciencias de la Información

Metodología de aprendizaje

El Diplomado desarrolla el requerido marco teórico sobre los últimos conceptos del Management Estratégico aplicado a los negocios de Latinoamérica,

Bibliografía

Cerutti, Fernando; Morressi, Mariano Material de difusión del Postgrado de Mangement Estratégico. Universidad de Belgrano, Dpto. de Estudios y Educación a Distancia, 2010

Anexo III – Costos

Item		Costo variable	Costo Directo	Costo Indirecto
Gastos de Producción				
Docentes (viáticos y otros gastos)		X	X	
. Matl Didactico		X	X	
Contratos derecho autor		X		X
Plataforma Software e-learning or http://www.atnova.com/ProductoCaracteristica~x~plataforma-elearning~IDProducto~1.html http://virtualeduca-moodle.educativa.com/	X Open source	Open source Comercial	Open source	Open source

Herramienta Secs Bireme (1 licencia p/GC-red)	X Open source	Open source	Open source	Open source
servidor web para secs ISIS u Open ISIS Software Secs (Bireme) Aplicación web C@RPC, desarrollada en la Universidad Nacional del Sur (UNS) y adaptada para Cataling.				
Gastos de Aplicación				
CDROM		X	X	
Difusión	X		X	
Teléfonos, fax, etc.	X		X	
Matrícula, Cobranzas,	X		X	
Logística de entrega	X		X	
Certificación (capacitación in situ)	X		X	
Contratos a futuro		X		X

